

**ANALISIS FIQH MUAMALAH TERHADAP IMPLEMENTASI  
PERLINDUNGAN HAK MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS  
DI PROVINSI LAMPUNG**

**(Studi Pada Kementrian Hukum dan Hak Asasi Manusia  
Kantor Wilayah Lampung)**



**SKRIPSI**

**Diajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Hukum (S.H)**

**Oleh:**

**TYA ANDIKA RIZALIANI  
NPM : 1521030151**

**Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah**

**FAKULTAS SYAR'IAH DAN HUKUM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG  
1440 H/2019 M**

**ANALISIS FIQH MUAMALAH TERHADAP IMPLEMENTASI  
PERLINDUNGAN HAK MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS  
DI PROVINSI LAMPUNG**

**(Studi Pada Kementrian Hukum dan Hak Asasi Manusia  
Kantor Wilayah Lampung)**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Hukum (S.H)**

**Oleh:**

**TYA ANDIKA RIZALianti**

**NPM : 1521030151**

**Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah**

**Pembimbing I : Dr. H. Khoirul Abror, M.H.**

**Pembimbing II : Eko Hidayat, S.Sos., M.H.**

**FAKULTAS SYAR'IAH DAN HUKUM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG  
1440 H/2019 M**

## ABSTRAK

Hak Merek merupakan bagian dari Hak Kekayaan Intelektual, selanjutnya disingkat sebagai HAKI yang merupakan hak kebendaan, hak atas sesuatu benda yang bersumber dari hasil kerja otak, hasil kerja rasio. HAKI merupakan bentuk perlindungan, yang didalamnya terdapat perlindungan hak merek. Provinsi Lampung merupakan bagian dari wilayah Indonesia, daerah dengan keragaman budaya dan sumberdaya, baik sumberdaya alami maupun sumber daya manusia dari segi budaya. Banyak produk unggulan daerah yang telah dihasilkan Provinsi Lampung di pasar internasional, sebagai contoh: kopi robusta Lampung, lada hitam Lampung, keripik, tapis dan masih banyak lagi yang lain. Bila ciri khas dipertahankan dan dijaga konsistensi mutu tingginya maka produk tersebut akan tetap mendapatkan pasaran yang baik, sebaliknya bila ciri khas dan mutu produk tersebut tidak konsisten maka nilainya akan merosot. Suatu produk yang bermutu khas tentu banyak ditiru orang sehingga perlu diupayakan perlindungan hukum yang memadai bagi produk-produk tersebut dengan undang-undang perlindungan hak merek.

Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah 1) Bagaimana Implementasi Perlindungan Hak Merek dan Indikasi Geografis di Provinsi Lampung sesuai dengan UU No. 20 Tahun 2016. 2) Bagaimana Analisis Fiqh Muamalah terhadap Implementasi Perlindungan Hak Merek dan Indikasi Geografis di Provinsi Lampung. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan penelitian yang bersifat deskriptif analisis.

Berdasarkan hasil analisis tersebut dapat di kemukakan bahwa implementasi perlindungan hak merek dilakukan oleh Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia pada RM. Gambreng di Provinsi Lampung. Terdapat pelanggaran merek RM. Gambreng yang terjadi tahun 2016 melanggar UU No. 20 Tahun 2016 Tentang Hak Merek dan Indikasi Geografis. Penyelesaian pelanggaran merek rumah makan Gambreng dilakukan dengan arbitrase. Implementasi perlindungan hak indikasi geografis dilakukan dengan pembinaan dan pengawasan setiap bulannya terhadap indikasi geografis terdaftar yaitu Kopi Robusta dan Lada Hitam Lampung.





**KEMENTERIAN AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS SYARIAH**

*Alamat: Jl. Letkol H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung Telp (0721)703260*

**PERSETUJUAN**

**Judul Skripsi : ANALISIS FIQH MUAMALAH TERHADAP  
IMPLEMENTASI PERLINDUNGAN HAK MEREK  
DAN INDIKASI GEOGRAFIS DI PROVINSI  
LAMPUNG (STUDI PADA KEMENTERIAN HUKUM  
DAN HAK ASASI MANUSIA KANTOR WILAYAH**

**Nama : Tya Andika Rizalianti  
NPM : 1521030151  
Fakultas : Syariah  
Jurusan : Muamalah (Hukum Ekonomi Syariah)**

**MENYETUJUI**

**Untuk dimunaqasyahkan dan dipertahankan dalam sidang  
Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam  
Negeri Raden Intan Lampung**

**Badar Lampung, 17 Januari 2019**

**Pembimbing I**

**Dr. H. Khoirul Abror, M.H.  
NIP. 19570431987031003**

**Pembimbing II**

**Eko Hidayat, S.Sos., M.H.  
NIP. 197512302003121002**

**Mengetahui,  
Ketua Jurusan Muamalah**

**Dr. H. A. Khumedi Jafar, S.Ag., M.H.  
NIP. 19720826003121002**





**KEMENTERIAN AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS SYARIAH**

Alamat: Jl. Letkol H. Endro Suratmin Sukarama Bandar Lampung Telp (0721)703260

**PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul : **“ANALISIS FIQH MUAMALAH TERHADAP IMPLEMENTASI PERLINDUNGAN HAK MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS DI PROVINSI LAMPUNG” (STUDI PADA KEMENTERIAN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA KANTOR WILAYAH LAMPUNG)**,  
disusun oleh : **TYA ANDIKA RIZALANTI, NPM : 1521030151, Jurusan : Muamalah (Hukum Ekonomi Syariah)**, telah diujikan dalam sidang munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum, pada hari/tanggal : **Rabu, 12 Juni 2019.**

**TIM DEWAN PENGUJI**

**Ketua : Hj. Linda Firdawaty, S.Ag., M.H.**

**Sekretaris : Juhratul Khulwah, M.S.I.**

**Penguji I : Drs. H. Ahmad Jalaluddin, S.H., M.M.**

**Penguji II : Dr. H. Khoirul Abror, M.H.**

**Mengetahui,  
kan Fakultas Syariah**



**Dr. H. Hamsyah, S.Ag., M.Ag.**  
**N.P. 197009011997031002**

## MOTTO

لَا يَجُوزُ لِأَحَدٍ أَنْ يَتَصَرَّفَ فِي مِلْكٍ غَيْرِهِ بِلَا إِذْنِهِ

Artinya: “Tiada seorang pun boleh melakukan tindakan hukum atas milik orang lain tanpa izin si pemilik harta.”<sup>1</sup>



---

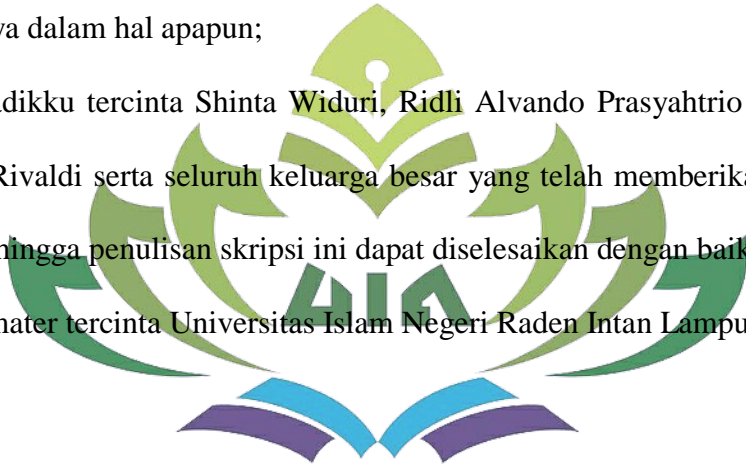
<sup>1</sup>Djazuli, *Kaidah-Kaidah Fiqih: Kaidah-Kaidah Hukum Islam dalam Menyelesaikan Masalah-Masalah yang Praktis*, (Jakarta: Kencana, 2006), h. 131.



## PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT dan dari hati yang terdalam, penulisan skripsi ini persembahkan kepada :

1. Kedua orang tuaku, ayahanda (Ridwan) dan ibundaku (Neli Sismita) yang selalu memberikan doa, dukungan, dan semangat dengan penuh cinta dan kasih sayang, serta memberikan pengertian, perhatian, masukan, dan support kepada anak-anaknya dalam hal apapun;
2. Adik-adikku tercinta Shinta Widuri, Ridli Alvando Prasyahtrio dan Muhammad Ridli Rivaldi serta seluruh keluarga besar yang telah memberikan dukungan dan doa sehingga penulisan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik;
3. Almamater tercinta Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.



## RIWAYAT HIDUP

Tya Andika Rizalianti lahir di Bandar Lampung pada tanggal 08 Juli 1997. Ia terlahir dari pasangan Bpk. Ridwan dan Ny. Neli Sismita orang tua yang begitu luar biasa dan sangat berarti dalam hidup. Tya memiliki tiga orang adik yaitu Shinta Widuri, Ridli Alvando Prasyahtrio dan Muhammad Ridli Rivaldi yang sangat disayang dan cintai.

Pendidikan dimulai dari SDN I Way Lunik dan selesai pada tahun 2009, SMPN 11 Bandar Lampung dan selesai pada tahun 2012, SMAN 6 Bandar Lampung jurusan Ilmu Pengetahuan Sosial dan selesai pada tahun 2015, dan mengikuti pendidikan tingkat perguruan tinggi pada Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung mengambil jurusan Muamalah (Hukum Ekonomi Syariah) dimulai pada semester I Tahun Ajaran 2015.

Selama menempuh pendidikan di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Tya Andika Rizalianti aktif di berbagai unit kegiatan mahasiswa, di antara unit kegiatan mahasiswa yang pernah diikuti yaitu Pik Sahabat, Puskima, Irfama, Bapinda dan Riseff.



## KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penayang, puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya berupa ilmu pengetahuan, petunjuk, dan kesehatan sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Analisis Fiqh Muamalah Terhadap Implementasi Perlindungan Hak Merek dan Indikasi Geografis di Provinsi Lampung (Studi Pada Kemetrian Hukum dan Hak Asasi Manusia Kantor Wilayah Lampung)” ini dengan baik. Shalawat serta salam semoga tetap terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW dan juga keluarga, sahabat, serta para pengikut Beliau.

Skripsi ini ditulis merupakan bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan studi pendidikan program studi (S1) di Fakultas Syariah dan Hukum UIN Raden Intan Lampung guna memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H) dalam bidang Muamalah (Hukum Ekonomi Syariah).

Atas terselesaikannya skripsi ini tak lupa mengucapkan terima kasih sedalam-dalamnya kepada semua pihak yang turut berperan dalam proses penyelesaiannya. Secara rinci penulis ungkapkan terima kasih kepada :

1. Dr. Alamsyah, S.Ag., M.Ag. selaku Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Raden Intan Lampung yang senantiasa tanggap terhadap kesulitan-kesulitan para mahasiswa;
2. Dr. H. A. Khumedi Ja'far, S.Ag., M.H. selaku Ketua Jurusan Muamalah Fakultas Syariah dan Hukum UIN Raden Intan Lampung;

3. Dr. H. Khoirul Abror, M.H. selaku Pembimbing I yang dengan tulus telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan mengarahkan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan;
4. Eko Hidayat, S.Sos., M.H. selaku Pembimbing II yang dengan tulus telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan mengarahkan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan;
5. Nurnazali, S.Ag., S.H., M.H. yang telah memberikan ide mengenai judul yang dapat diteliti sehingga dapat terinspirasi dan dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini;
6. Bapak dan Ibu Dosen dan segenap civitas akademika Fakultas Syariah UIN Raden Intan Lampung;
7. Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Lampung yang telah memberikan informasi mengenai implementasi perlindungan hak merek dan indikasi geografis;
8. Sahabat-sahabat Ukm Bapinda, Ukm Risef, Ukm Irfama, Ukm Pik Sahabat, Ukm Puskima di Universitas Islam Raden Intan Lampung;
9. dr. Jehuda Sugiharto yang telah memberikan semangat dan telah bersedia menjadi teman untuk berkeluh kesah atau bercerita tentang segala hal dan mendapatkan saran serta motivasi;
10. Keluarga TATO Squad (Aditya Juli Prayitna, Tri Lestari, Mudirul Achmad Ponja);
11. Keluarga baru KKN Kelompok 11 Desa Margomulyo (Chepti Wulandari, Iqbal Manadala , Khaizainul Khairiyah, Melianah, Noni Amellia, Nurhaliza, Paisal

Arestia, Putri Wulandari, Ratna Ningsih, Riyan Abdilah, Shaha Dzithauli, Siti Sholeha );

12. Teman-teman seperjuangan Muamalah G angkatan 2015.

Dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Untuk perbaikan dimasa yang akan datang, berharap pembaca kiranya dapat memberikan masukan, saran-saran guna melengkapi dan lebih sempurnanya penulisan skripsi ini. Mudah-mudahan skripsi ini bermanfaat untuk para pembaca. Aamiin.



Bandar Lampung, 17 Januari 2019

Penulis

Tya Andika Rizalianti



## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING.....</b>	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Penegasan Judul .....	1
B. Alasan Memilih Judul .....	5
C. Latar Belakang Masalah .....	6
D. Rumusan Masalah .....	13
E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	13
F. Manfaat Penelitian .....	14
G. Metode Penelitian .....	15
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Fiqh Muamalah .....	22
1. Pengertian Fiqh Muamalah .....	22
2. Pembagian dan Ruang Lingkup Fiqh Muamalah.....	26
3. Sumber Hukum Fiqh Muamalah .....	29
4. Prinsip Dasar Fiqh Muamalah.....	31
5. Konsep Akad Fiqh Muamalah .....	33
B. Tinjauan Umum Tentang Merek dan Indikasi Geografis .....	34
1. Sejarah Merek .....	34
2. Pengertian Merek .....	45
3. Jenis Merek .....	47
4. Konsep Merek .....	48
5. Hak Merek.....	50
6. Macam-macam Merek .....	51
7. Pendaftaran Merek .....	53
8. Jangka Waktu Perlindungan Merek .....	60
9. Pengertian Indikasi Geografis .....	65
10. Hak Indikasi Geografis .....	68
C. Perlindungan Hukum Terhadap Merek dan Indikasi Geografis.....	72
1. Preventif .....	72
2. Represif .....	78

### **BAB III HASIL PENELITIAN**

A. Gambaran Umum Terhadap Implementasi Perlindungan Hak Merek dan Indikasi Geografis di Provinsi Lampung .....	87
B. Bentuk Implementasi Hak Merek dan Indikasi Geografis Dalam Puerundang-undangan .....	92

### **BAB IV ANALISIS DATA**

A. Analisis Terhadap Implementasi Perlindungan Hak Merek dan Indikasi Geografis di Provinsi Lampung .....	103
B. Analisis Fiqh Muamalah Terhadap Implementasi Perlindungan Hak Merek dan Indikasi Geografis di Provinsi Lampung .....	106

### **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	110
B. Saran .....	111

### **DAFTAR PUSTAKA LAMPIRAN-LAMPIRAN**



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Penegasan Judul

Penegasan dan pengertian yang terkandung dalam judul perlu dijelaskan agar tidak terjadi kesalahan dan kerancuan persepsi dalam memahami skripsi ini. Untuk memperjelas arah pembahasan skripsi ini membatasi hanya pada kajian analisis. Analisis yang dimaksud adalah **“Analisis Fiqh Muamalah Terhadap Implementasi Perlindungan Hak Merek dan Indikasi Geografis di Provinsi Lampung” (Studi Pada Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Kantor Wilayah Lampung)**. Kata-kata penting perlu dikemukakan agar tidak menimbulkan kesalahpahaman dalam memberikan pengertian bagi para pembaca sebagai berikut:

**Analisis** adalah penyelidikan terhadap suatu peristiwa (karangan, perbuatan, dsb) untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya (sebab-musabab, duduk perkara, dsb).<sup>1</sup>

**Fiqh** secara etimologis diartikan sebagai paham mendalam.<sup>2</sup> Fiqh dalam terminologi al-quran dan sunah, fiqh adalah pengetahuan yang luas dan mendalam mengenai perintah-perintah dan realitas Islam dan tidak memiliki relevansi khusus dengan ilmu tertentu.<sup>3</sup> Dalam terminologi ulama, istilah fiqh secara khusus dapat diterapkan pada pemahaman yang mendalam terhadap

---

<sup>1</sup>Dapartemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama Cet. Kesembilan Edisi IV, 2015), h. 58.

<sup>2</sup>Beni Ahmad Saebeni, *Ilmu Ushul Fiqh*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2012), h. 11.

<sup>3</sup>Abdul Hamid dan Beni Ahmad Saebeni, *Fiqh Ibadah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2009), h. 11-12.



hukum-hukum Islam.<sup>4</sup> **Muamalah** menurut etimologi, kata muamalah (المعاملة) adalah bentuk masdar dari kata ‘amala (عامل – يعمل – معاملة) wajarnya adalah (فاعل – يفاعل – مفاعلة) yang diartikan saling bertindak, saling berbuat, dan saling beramal.<sup>5</sup> Muamalah ialah hal-hal yang termasuk urusan kemasyarakatan (pergaulan, perdata, dsb).<sup>6</sup> **Fiqh Muamalah** menurut terminologi dapat dibagi menjadi dua, yaitu fiqh muamalah dalam arti sempit dan fiqh muamalah dalam arti luas. Fiqh muamalah dalam arti sempit adalah aturan-aturan Allah yang wajib ditaati yang mengatur hubungan manusia dengan manusia dalam kaitannya dengan cara seseorang memperoleh dan mengembangkan harta benda.<sup>7</sup>

**Implementasi** adalah pelaksaaan, penerapan, pertemuan kedua ini bermaksud mencari bentuk implementasi tentang hal yang disepakati dulu.<sup>8</sup>

**Perlindungan** adalah proses, cara, perbuatan melindungi.<sup>9</sup>

**Perlindungan Hak Merek** adalah perlindungan yang diberikan oleh Undang-undang merek terhadap merek terkenal merupakan pengakuan terhadap keberhasilan pemilik merek dalam menciptakan image eksklusif dari produknya yang diperoleh melalui pengiklanan atau penjualan produk-produknya secara langsung.<sup>10</sup> Perlindungan merek merupakan perlindungan hukum yang diberikan kepada pemilik merek yang sah digunakan untuk memberikan hak

<sup>4</sup>Murtahada murthahari dan Muhammad Baqir Al-Sahdr, *Pengantar Ushul Fiqh dan Ushul Fiqh Perbandingan*, (Bandung: Pustaka Hidayah, 1993), h. 176.

<sup>5</sup>Rachmat Syafe'i, *Fiqh Muamalah*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2001), h. 14.

<sup>6</sup>Dapartemen Pendidikan Nasional, *Op.Cit.*, h. 931.

<sup>7</sup>Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2015), h. 2-3.

<sup>8</sup>Dapartemen Pendidikan Nasional, *Op.Cit.*, h. 529.

<sup>9</sup>*Ibid.*, h. 830.

<sup>10</sup>Tim Lidsey, ed. *Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar*, (Bandung: PT Alumni, 2006), h. 151.

eksklusif (khusus) bagi pemilik merek (*exclusive right*) agar pihak lain tidak dapat menggunakan tanda yang sama atau mirip dengan yang dimilikinya untuk barang yang sama atau hampir sama.<sup>11</sup>

**Hak Merek** adalah hak pemilik merek terdaftar yang diberikan negara di dalam daftar umum merek secara khusus untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri merek tersebut atau memberi izin kepada pihak lain untuk menggunakannya.<sup>12</sup> Menurut Pasal 1a UU No 20 Tahun 2016, memberikan pengertian bahwa merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa.<sup>13</sup>

**Indikasi geografis** adalah suatu tanda yang menunjukkan daerah asal suatu barang dan/atau produk yang karena faktor lingkungan geografis termasuk faktor alam, faktor manusia atau kombinasi dari kedua faktor tersebut menghasilkan nama baik, karakteristik dan kualitas tertentu pada barang dan/atau produk yang dihasilkan.<sup>14</sup> Indikasi Geografis adalah suatu penandaan asal barang (*a marker of origin for good*) yang biasa berupa indikasi langsung yang mengidentifikasikan asal barang, misalnya: “*made in England*”, “*made in*

---

<sup>11</sup>Tommy Hendra Purwaka, *Perlindungan Merek*, (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2018), h. 14.

<sup>12</sup>Ridwan Khairandy, *Pokok-Pokok Hukum Dagang Indonesia*, (Yogyakarta: FH UII Press, 2014), h. 441.

<sup>13</sup>Pasal 1a UU No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.

<sup>14</sup>Pasal 1f UU No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.

*China*”, “*made in Vietnam*” dan indikasi tidak langsung yang mengidentifikasikan karakteristik asal barang tersebut meskipun tidak langsung menyebutkan asal barang tersebut, misalnya: Keju “*Mozzarella*” (Italia), “*Feta*” (Yunani) dan “*Camembert*” (Perancis),<sup>15</sup> dengan kata lain, ketika seseorang menyebutkan nama produk dengan nama geografis maka orang akan mengaitkan produk tersebut dengan tempat asal produk yang bersangkutan. Indikasi geografis memiliki dua fungsi, yaitu untuk melindungi konsumen dari pemalsuan produk dan di sisi lain untuk melindungi *goodwill* bagi mereka yang berhak atas indikasi geografis tersebut.<sup>16</sup> Hak Indikasi geografis memberikan perlindungan terhadap indikasi geografis terdaftar yang merupakan tanda yang mengidentifikasikan suatu negara, kawasan, daerah di dalam wilayah tersebut sebagai asal barang, dimana nama baik, karakteristik dan kualitas barang tersebut dipengaruhi oleh faktor geografis yang bersangkutan.<sup>17</sup>

**Provinsi Lampung** adalah bagian dari Negara Republik Indonesia, daerah dengan keragaman budaya dan sumberdaya, baik sumberdaya alami maupun sumber daya manusia dari segi budaya. Banyak produk unggulan daerah yang telah dihasilkan Provinsi Lampung di pasar internasional, sebagai contoh: kopi robusta Lampung, lada hitam Lampung, keripik, tapis dan lain-lain.

---

<sup>15</sup>Ani Nuraeni, “*Perlindungan Hukum Terhadap Pemegang Sertifikat Indikasi Geografis Salak Pondok Sleman*”. (Skripsi Program Strata 1 Ilmu Hukum Universitas Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2016), h. 1.

<sup>16</sup>Andy Noorsaman Sommeng dan Agung Damarsasongko, *Indikasi Geografis Sebuah Pengantar*, (Jakarta: Direktorat Jendral Hak Kekayaan Intelektual, 2008), h. 3.

<sup>17</sup>Rahmi Jened, *Hak Kekayaan Intelektual: Penyalahgunaan Hak Eksklusif*, (Surabaya: Airlangga University Press, 2010), h. 193.



Berdasarkan uraian diatas dapat dipahami bahwa judul yang dimaksud dalam skripsi ini adalah analisis fiqh muamalah terhadap penerapan perlindungan yang diberikan oleh undang-undang terhadap hak merek dan indikasi geografis di provinsi Lampung, diatur dalam UU No. 20 Tahun 2016 Tentang Hak Merek dan Indikasi Geografis yang merupakan perubahan terhadap UU No. 15 Tahun 2001 Tentang Merek.

## **B. Alasan Memilih Judul**

Beberapa hal yang menarik sehingga memotivasi untuk memilih judul ini, yaitu:

### **1. Alasan Obyektif**

Alasan obyektif yang membuat tertarik untuk memilih dan membahas judul ini, karena ada banyak pihak yang dirugikan apabila merek yang didaftarkan dipakai atau disalahgunakan oleh orang yang tidak bertanggung jawab. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya sengketa kasus merek yang terjadi di Indonesia.<sup>18</sup> Sebelum adanya Undang-undang Hak Merek dan Indikasi Geografis, Undang-undang merek hanya mengacu pada pendaftaran merek sedangkan pada undang-undang merek yang terbaru terdapat tambahan mengenai Indikasi Geografis.

---

<sup>18</sup>Andi Hamzah, *Kejahatan di Bidang Ekonomi Economic Crimes*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2017), h. 299.

## 2. Alasan Subyektif

- a. Judul yang diajukan sesuai dengan jurusan yang diambil di Fakultas Syariah UIN Raden Intan Lampung;<sup>19</sup>
- b. Banyak referensi yang mendukung dari skripsi yang ditulis sehingga memudahkan menyelesaikan skripsi ini;
- c. Judul yang diajukan belum ada yang membahasnya, terutama di Fakultas Syariah UIN Raden Intan Lampung.

## C. Latar Belakang Masalah

Sejarah hak merek dapat ditelusuri bahkan mungkin berabad-abad sebelum Masehi. Sejak zaman kuno, misalnya periode *Minoan*, orang sudah memberikan tanda untuk barang-barang miliknya, hewan bahkan manusia.<sup>20</sup> Di era yang sama bangsa Mesir sudah menerangkan namanya untuk batu bata yang dibuat atas perintah raja. Perundang-undangan tentang Merek dimulai dari *Statute Of Parma* yang sudah mulai memfungsikan merek sebagai pembeda untuk produk berupa pisau, pedang, atau barang dari produk tembaga lainnya.<sup>21</sup>

Merek adalah suatu tanda untuk membedakan barang atau jasa yang sejenis yang dihasilkan atau diperdagangkan seseorang atau badan hukum dengan barang atau jasa yang sejenis yang dihasilkan oleh orang lain, yang

---

<sup>19</sup>Lisdiana, “*Tinjauan Hukum Islam Tentang Promosi dengan Menggunakan Hadiah*”. (Skripsi Program Strata 1 Hukum Ekonomi Syari’ah (Muamalah) UIN Raden Intan Lampung, Bandar Lampung, 2015), h. 3.

<sup>20</sup>Rahmi Jened, *Hukum Merek Trademark Law Dalam Era Global & Integrasi Ekonomi*, (Jakarta: Prenada Media Grup, 2015), h. 1.

<sup>21</sup>Rahmi Jened, *Hak Kekayaan Intelektual: Penyalahgunaan Hak Eksklusif*, *Op.Cit.*, h. 159.

memiliki daya pembeda maupun sebagai jaminan atas mutunya dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa.

Hak Merek merupakan bagian dari Hak Kekayaan Intelektual, selanjutnya disingkat sebagai HAKI yang merupakan hak kebendaan, hak atas sesuatu benda yang bersumber dari hasil kerja otak,<sup>22</sup> hasil kerja rasio. HAKI merupakan bentuk perlindungan, yang didalamnya terdapat perlindungan hak merek. Merek sebagai Hak Atas Kekayaan Intelektual sebagai tanda untuk mengidentifikasikan asal barang dan jasa (*an indication origin*) dari suatu perusahaan dengan barang dan jasa perusahaan lain. Menurut Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 Pasal 2c, Merek yang dilindungi terdiri atas tanda berupa logo, gambar, nama, huruf, kata, angka, susunan warna, dalam wujud 2 dimensi atau 3 dimensi yang terdiri atas hologram, suara, atau kombinasi dari 2 atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang atau jasa yang diproduksi dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa oleh orang atau badan hukum.<sup>23</sup>

Menurut R.M Suryodiningrat mengklasifikasikan merek dalam tiga jenis yaitu: (1) Merek kata yang terdiri kata-kata saja, misalnya: *Good Year*, *Dunlop*, sebagai merek untuk ban mobil dan ban sepeda; (2) Merek lukisan adalah merek yang terdiri dari lukisan saja yang tidak pernah, setidaknya tidaknya jarang sekali dipergunakan; (3) Merek kombinasi kata dan lukisan, banyak sekali dipergunakan, misalnya: rokok putih merek "*Escort*" yang terdiri dari lukisan iring-iringan kapal laut dengan tulisan di bawahnya "*Escort*", Teh wangi merek

<sup>22</sup>Mahadi, *Hak Milik Intelektual*, (Jakarta: Bina Cipta, 1985), h. 4.

<sup>23</sup>Pasal 2c UU No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.

“Pandawa” yang terdiri dari lukisan wayang kulit pendawa dengan perkataan di bawahnya “Pendawa Lima”.<sup>24</sup>

Pada perdagangan barang dan jasa, merek merupakan salah satu karya intelektual yang penting bagi kelancaran dan peningkatan barang dan jasa.<sup>25</sup> Hal tersebut dikarenakan merek memiliki nilai strategis dan penting bagi produsen dan konsumen.<sup>26</sup> Merek memiliki nilai strategis sangat penting dalam dunia periklanan dan pemasaran karena publik sering mengaitkan suatu kualitas atau reputasi barang dan jasa dengan merek tertentu. Merek berguna untuk produsen karena merek menjadi kekayaan yang sangat berharga secara komersial.<sup>27</sup> Melalui merek, produsen dapat menjaga dan memberikan jaminan atas kualitas barang dan jasa yang dihasilkan dan mencengah tindakan persaingan tidak jujur yang dilakukan produsen lain yang beritikad buruk terhadap reputasi mereknya. Merek berguna untuk konsumen dalam membeli produk tertentu. Menurut konsumen merek yang berkualitas tinggi atau aman untuk dikonsumsi dikarenakan reputasi dari merek tersebut. Konsumen yang merasa puas dengan suatu produk dengan merek tertentu akan kembali membeli produk-produk lainnya dengan merek tersebut dimasa yang akan datang.<sup>28</sup>

---

<sup>24</sup>R.M. Suryodinigrat, *Aneka Milik Perindustrian*, (Bandung: Tarsito, 1981), h. 15.

<sup>25</sup>Herdin Rahmat Septianto, “*Analisis Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Hak Merek Home Industries Alat Musik Gitar Menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2012 Tentang Hak Merek dan Indikasi Geografis*”. (Skripsi Program Strata 1 Ilmu Hukum Universitas Muhammadiyah Surakarta, Surakarta, 2017), h. 3.

<sup>26</sup>Haris Munandar dan Sally Sitanggang, *Mengenal Hak Kekayaan Intelektual, Hak Cipta, Paten, Merek dan Seluk-beluknya*, (Jakarta: Erlangga, 2008), h. 51.

<sup>27</sup>Tim Lidsey, ed. *Op.Cit.*, h. 131.

<sup>28</sup>Tommy Hendra Purwaka, *Op.Cit.*, h. 13.



Pentingnya suatu merek dapat dilihat dari adanya keinginan pembeli atau konsumen. Perkembangan merek di era modern tidak hanya ditentukan dari kualitas barang atau jasa yang digunakan namun dilihat juga dari kepuasan seseorang dalam menggunakan merek terkenal. Tidak jarang dalam kehidupan sosial masyarakat ada anggapan penggunaan merek barang atau jasa menunjukkan status sosial pemakai merek. Keadaan seperti ini yang dimanfaatkan oleh pengusaha yang tidak bertanggung jawab, sehingga banyak konsumen yang tertipu dengan menggunakan merek yang sama tetapi dengan kualitas yang berbeda.<sup>29</sup> Konsumen yang tidak teliti membeli barang akan tertipu dalam membeli barang yang menggunakan merek tiruan, karena harganya terjangkau.<sup>30</sup> Barang-barang yang sama dengan merek tiruan akan mengakibatkan persaingan tidak sehat.

Penggunaan merek tanpa izin akan merugikan pemilik atau pemegang merek yang telah terdaftar. Pemilik merek akan mengalami penurunan dalam perdagangan, omzet penjualannya menjadi menurun serta merugikan “*brand image*” yang telah berhasil dirintis oleh pemilik atau pemegang merek. Hal ini dijelaskan juga dalam kaidah fiqhiiyah:

لَا يَجُوزُ لِأَحَدٍ أَنْ يَتَصَرَّرَ فِي مِلْكٍ غَيْرِهِ بِإِذْنِهِ

Artinya: “Tiada seorang pun dapat melakukan tindakan hukum atas milik orang lain tanpa izin si pemilik harta.”<sup>31</sup>

<sup>29</sup>Aulia Muthiah, *Aspek Hukum Dagang dan Pelaksannya di Indonesia*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2016), h. 158.

<sup>30</sup>Gatot Supramono, *Menyelesaikan Sengketa Merek Menurut Hukum Indonesia*, (Jakarta: PT Rieka Cipta, 2008), h. 3.

<sup>31</sup>Djazuli, *Kaidah-Kaidah Fiqih: Kaidah-Kaidah Hukum Islam dalam Menyelesaikan Masalah-Masalah yang Praktis*, (Jakarta: Kencana, 2006), h. 131.

Menurut Rahmi Jened merek (*Trademark*) sebagai tanda daya pembeda yang digunakan untuk peredaran barang atau jasa. Untuk itu merek harus memiliki elemen: (1) Tanda dengan daya pembeda; (2) Tanda tersebut harus digunakan; (3) Untuk perdagangan barang atau jasa.<sup>32</sup>

Hak ekonomi dan hak moral tidak bisa dipisahkan dari hak kekayaan intelektual. Hak moral adalah hak agar ciptaan tidak diubah atau dirusak tanpa persetujuan dan hak untuk diakui sebagai pencipta ciptaan tersebut.<sup>33</sup> Sedangkan menurut Pasal 1e Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016, Hak atas Merek adalah: “Hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik Merek yang terdaftar untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri Merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya. Pemilik dapat memberikan lisensi merek kepada orang lain yang dituangkan dalam sebuah perjanjian.”<sup>34</sup> Perlindungan hukum bagi pemegang merek yang sah dimaksudkan untuk memberikan perlindungan hukum bagi pemegang merek agar pihak lain tidak dapat menggunakan tanda yang sama atau mirip dengan yang dimilikinya untuk barang yang sama atau hampir sama tanpa izin pemegang merek. Hal ini dijelaskan juga dalam kaidah fiqhiiyah:

الإِجَازَةُ اللَّاحِقَةُ كَالْوَكَالَةِ السَّابِقَةِ

Artinya: “Izin yang datang kemudian memiliki kedudukan yang sama dengan perwakilan yang telah dilakukan lebih dahulu.”<sup>35</sup>

<sup>32</sup>Rahmi Jened, *Op.Cit.*, h. 6.

<sup>33</sup>Haris Munandar dan Sally Sitanggang, *Op.Cit.*, h. 17.

<sup>34</sup>Gatot Supramono, *Loc.Cit.*, h. 3

<sup>35</sup>Azat Ubaid dan ad-da'asi, *al-Qawaid al-Fiqhiyyah ma'a syarhi al-Mujaz*, (Damaskus: dar at-Tarmizi, 1989) cet. 3, h. 7.

Telah dijelaskan pada kaidah sebelumnya bahwa pada dasarnya seseorang tidak boleh bertindak hukum terhadap harta milik orang lain tanpa seizin pemiliknya. Tetapi berdasarkan kaidah diatas, apabila seseorang bertindak hukum pada harta milik orang lain, dan kemudian si pemilik harta mengizinkannya, maka tindakan hukum itu menjadi sah, dan orang tadi dianggap sebagai perwakilan dari si pemilik harta.

Berdasarkan penjelasan dapat dipahami bahwa pasal 1e dan kaidah fiqhiiyah mencakup lisensi hak ekonomi dan hak moral”. Dimana dalam menjaga hak ekonomi dan hak moral tersebut provinsi Lampung melindungi hak merek pendaftar merek di provinsi Lampung.

Provinsi Lampung merupakan bagian dari wilayah Indonesia, daerah dengan keragaman budaya dan sumberdaya, baik sumberdaya alami maupun sumber daya manusia dari segi budaya. Banyak produk unggulan daerah yang telah dihasilkan Provinsi Lampung di pasar internasional, sebagai contoh: kopi robusta Lampung, lada hitam Lampung, keripik, tapis dan masih banyak lagi yang lain. Bila ciri khas dipertahankan dan dijaga konsistensi mutu tingginya maka produk tersebut akan tetap mendapatkan pasaran yang baik, sebaliknya bila ciri khas dan mutu produk tersebut tidak konsisten maka nilainya akan merosot. Suatu produk yang bermutu khas tentu banyak ditiru orang sehingga perlu diupayakan perlindungan hukum yang memadai bagi produk-produk tersebut dengan undang-undang perlindungan hak merek. Bentuk Implementasi perlindungan hukum yang diberikan Kementrian Hukum dan Hak Asasi

Manusia Kantor Wilayah Lampung pada kasus sengketa merek RM. Gambreng di Provinsi Lampung yang ditiru oleh RM. di daerah Metro.<sup>36</sup>

Perlindungan hukum yang dilakukan oleh Kementrian Hukum dan Hak Asasi Manusia Kantor Wilayah Lampung terhadap merek dan indikasi geografis sudah dilakukan sejak lama. Pada awalnya Kementrian Hukum dan Hak Asasi Manusia Kantor Wilayah Lampung menjaga hak merek atas produk atau jasa secara konvensional tetapi pada Undang-undang Merek dan Indikasi Geografis yang baru dibedakan menjadi merek konvensional dan merek non tradisional yang terdiri dari: merek tiga dimensi, merek suara, dan merek hologram. Untuk dapat menjaga merek tersebut, merek tersebut haruslah terlebih dahulu didaftarkan. Tata cara permohonan pendaftaran merek di Provinsi Lampung diajukan dengan secara tertulis dalam bahasa Indonesia kepada Direktorat Jenderal dengan persyaratan yang diatur dalam Undang-Undang Merek No. 20 Tahun 2016, dapat juga mengajukan kepada Kantor Wilayah Departemen Hukum dan HAM Republik Indonesia yang bertempat di ibukota Provinsi Lampung. Kemudian jangka waktu proses pendaftaran merek sampai diberikan sertifikat, yang semula pada Undang-undang Merek lama selama 14 bulan 10 hari dan pada Undang-undang Merek dan Indikasi Geografis yang baru selama 9 bulan. Selanjutnya Perpanjangan pendaftaran merek, yang pada awalnya Undang-undang Merek lama selama 12 bulan sebelum berakhirnya jangka waktu pendaftaran merek dan pada Undang-undang Merek dan Indikasi Geografis yang mengalami perubahan yaitu selama

---

<sup>36</sup>Wawancara dengan Rugun Kepala Bidang Pelayanan AHU dan HKI pada tanggal, 15 November 2018.



6 bulan pendaftaran merek, sebelum pendaftaran merek dan 6 bulan setelah berakhirnya jangka waktu pendaftaran merek.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut di atas, maka perlu diadakan penelitian lebih lanjut dengan judul “Analisis Fiqh Muamalah Terhadap Implementasi Perlindungan Hak Merek dan Indikasi Geografis di Provinsi Lampung” (Studi Pada Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Lampung).

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Implementasi Perlindungan Hak Merek dan Indikasi Geografis di Provinsi Lampung sesuai dengan UU No. 20 Tahun 2016?
2. Bagaimana Analisis Fiqh Muamalah terhadap Implementasi Perlindungan Hak Merek dan Indikasi Geografis di Provinsi Lampung?

#### **E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan pokok masalah tersebut. Penelitian yang dilakukan ini mempunyai tujuan dan kegunaan yang akan dicapai, antara lain:

1. Tujuan Penelitian ini, yaitu:
  - a. Untuk mengetahui bagaimana Implementasi Perlindungan Hak Merek dan Indikasi Geografis di Provinsi Lampung pada Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Kantor Wilayah Lampung.
  - b. Untuk mengetahui Analisis Fiqh Muamalah terhadap Implementasi Perlindungan Hak Merek dan Indikasi Geografis pada Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Kantor Wilayah Lampung.

2. Kegunaan Penelitian ini, yaitu:

- a. Secara Akademis Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman kepada masyarakat pada umumnya dan khususnya bagi umat Islam mengenai analisis fiqh muamalah tentang perlindungan hak merek dan indikasi geografis dan diharapkan dapat memperkaya khazanah pemikiran keislaman pada umumnya;
- b. Secara praktis penelitian ini sebagai penambahan wacana yang berkaitan dengan masalah sengketa terkait perlindungan hak merek dan indikasi geografis;
- c. Untuk mengetahui kesesuaian analisis fiqh muamalah dan hukum nasional mengenai Perlindungan Hak Merek dan Indikasi Geografis.

**F. Manfaat Penelitian**

1. Secara akademis penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi berupa buku bacaan perpustakaan di lingkungan kampus Universitas Islam Negeri Lampung, khususnya Fakultas Syari'ah pada program Muamalah (Hukum Ekonomi Syariah);<sup>37</sup>
2. Secara Praktis penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi Khazanah Ekonomi Islam dan sekaligus dapat memberikan penjelasan tentang perlindungan hak merek dan indikasi geografis itu sendiri.

---

<sup>37</sup>Lisdiana, "*Tinjauan Hukum Islam Tentang Promosi dengan Menggunakan Hadiah*". (Skripsi Program Strata 1 Hukum Ekonomi Syari'ah (Muamalah) UIN Raden Intan Lampung, Bandar Lampung, 2018), h. 3.

## G. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan aturan mengenai bagaimana suatu penelitian itu dilaksanakan, sehingga seringkali metode penelitian ini dikacaukan dengan prosedur penelitian, atau teknik penelitian yang digunakan. Ketiga hal dalam penelitian tersebut saling berhubungan sehingga sulit untuk dibedakan.<sup>38</sup>

Metode penelitian juga membicarakan mengenai bagaimana cara melaksanakan penelitian. Sedangkan prosedur penelitian membicarakan urutan kerja penelitian dan teknik penelitian membicarakan alat-alat yang digunakan dalam mengukur atau mengumpulkan data penelitian, maka dengan demikian, metode penelitian melingkupi prosedur dan teknik penelitian.<sup>39</sup>

### 1. Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk jenis penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian yang dilakukan dilapangan atau pada responden.<sup>40</sup> Penelitian ini dilakukan dilapangan atau pada responden, yakni Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Kantor Wilayah Lampung. Alasannya, peneliti menggunakan lingkungan alamiah sebagai sumber data. Kejadian-kejadian yang terjadi dalam sebuah keadaan sosial merupakan kajian utama dalam penelitian kualitatif. Peneliti melakukan wawancara, observasi dan hal lainnya terkait penelitian secara langsung ke lokasi tersebut, memahami dan

---

<sup>38</sup>Winda Nurlaili Putri, “*Tinjauan Hukum Islam Terhadap Pembukaan Rahasia Bank dalam Perkara Harta Bersama (Analisis Putusan Mahkamah Konstitusi Nomor 64/PUU-X/2012)*”. (Skripsi Program Strata 1 Hukum Ekonomi Syari’ah (Muamalah) UIN Raden Intan Lampung, Bandar Lampung, 2018), h. 13.

<sup>39</sup>Susiadi, *Metode Penelitian*, (Bandar Lampung: Fakultas Syariah UIN Raden Intan Lampung, 2014), h. 19.

<sup>40</sup>*Ibid.*, h. 9.

mempelajari situasi. Studi dilakukan pada waktu interaksi berlangsung di tempat kejadian. Di Kementrian Hukum dan Hak Asasi Manusia peneliti mengamati, mencatat, bertanya serta menggali sumber yang berhubungan dengan peristiwa yang terjadi saat itu. Hasil-hasil yang diperoleh dari penelitian pada saat itu segera disusun saat itu pula.

Peneliti juga menggunakan penelitian kepustakaan (*library Research*). Penelitian kepustakaan adalah penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan data dan informasi dengan bantuan bermacam-macam material yang terdapat diruangan perpustakaan.<sup>41</sup> Hal ini sebagai pendukung dalam melakukan penelitian, dengan menggunakan berbagai literatur yang ada diperpustakaan yang relevan dengan masalah yang akan diangkat untuk diteliti.

## 2. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif analisis, yaitu suatu metode dalam meneliti suatu objek yang bertujuan membuat deskripsi, gambaran, atau lukisan secara sistematis dan objektif mengenai fakta-fakta, sifat-sifat, ciri-ciri, serta hubungan diantara unsur-unsur yang ada dan fenomena tertentu.<sup>42</sup>

Dalam penelitian ini akan dideskripsikan tentang bagaimana praktik pelaksanaan perlindungan hak merek dan indikasi geografis dari hukum Islam.

---

<sup>41</sup>Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi Riset Sosial* , Cet. IV, (Bandung: Maju Mudur, 1990), h. 33.

<sup>42</sup>Kaelan M. S, *Metode Penelitian Kualitatif Bidang Filsafat*, (Yogyakarta: Paradigma, 2005), h.58.



Analisis yaitu suatu proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke suatu pola, kategori, dan suatu uraian dasar yang kemudian melakukan uraian dasar yang kemudian melakukan memahami, menafsirkan, dan interpretasi data.

Berdasarkan penjelasan dapat dipahami bahwa yang dimaksud dengan deskriptif analisis yaitu metode yang menggambarkan atau melukiskan secara sistematis dan objektif mengenai, fakta-fakta, sifat-sifat, ciri-ciri serta hubungan antara unsur-unsur yang ada kemudian melakukan uraian dasar dan melakukan pemahaman, penafsiran dan interpretasi data.

### 3. Sumber Data

Sumber dan jenis data yang diperlukan untuk dihimpun dan diolah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subyek penelitian dengan mengenakan alat pengukuran atau alat pengambilan data langsung pada subyek sebagai sumber informasi yang dicari.<sup>43</sup> Adapun yang menjadi sumber data primer dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari tempat yang menjadi obyek penelitian, yaitu: Kementrian Hukum dan Hak Asasi Kantor Wilayah Manusia Lampung.

#### b. Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara

---

<sup>43</sup>Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1999), h. 91.

(diperoleh dan dicatat oleh pihak lain).<sup>44</sup> Atau penelitian yang datanya diperoleh dari sumber-sumber bacaan.

- c. Bahan hukum tersier yaitu bahan hukum yang memberikan penjelasan terhadap bahan hukum primer dan sekunder seperti kamus hukum dan ensiklopedi.<sup>45</sup>

#### 4. Populasi dan Sampel

- a. Populasi adalah totalitas dari semua objek atau individu yang memiliki karakteristik tertentu, jelas, dan lengkap, objek atau nilai yang akan diteliti dalam populasi dapat berupa orang, perusahaan, lembaga, media dan sebagainya.<sup>46</sup> Dalam hal ini populasinya adalah dua orang yang bekerja di Kementria Hukum dan Hak Asasi Manusia Kantor Wilayah Lampung.
- b. Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil dengan cara tertentu yang juga memiliki karakteristik tertentu, jelas dan lengkap dan dapat dianggap mewakili populasi. Sampel dalam penelitian ini yaitu wakil yang dipilih untuk mewakili populasi yang ada yaitu Kementrian Hukum dan Hak Asasi Manusia Kantor Wilayah Lampung yang melakukan perlindungan hak merek dan indikasi geografis. Berdasarkan teori Suharsimi Arikunto apabila populasi kurang dari 100, lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi,

---

<sup>44</sup>Sunardi Nur, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2011), h. 76.

<sup>45</sup>Winda Nurlaili Putri, “*Tinjauan Hukum Islam Terhadap Pembukaan Rahasia Bank dalam Perkara Harta Bersama (Analisis Putusan Mahkamah Konstitusi Nomor 64/PUU-X/2012)*”. (Skripsi Program Strata 1 Hukum Ekonomi Syari’ah (Muamalah) UIN Raden Intan Lampung, Bandar Lampung, 2018), h. 15.

<sup>46</sup>Susiadi, *Op.Cit.*, h. 8.

tetapi jika jumlah populasinya besar, dapat diambil antara 10-15% atau 15-20% atau lebih. Karena populasinya kurang dari 100 maka diambil semua, yaitu yang terdiri dari dua orang yang bekerja di Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Kantor Wilayah Lampung, sehingga penelitian ini adalah penelitian populasi.

## 5. Metode Pengumpulan Data

- a. Observasi adalah pemilihan, pengubahan, pencatatan, dan pengodean serangkaian perilaku dan suasana yang berkenaan dengan kegiatan observasi, sesuai dengan tujuan-tujuan empiris. Dalam penelitian ini data yang diperoleh dengan cara melihat dilapangan terhadap pendaftar merek dan indikasi geografis pada Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Kantor Wilayah Lampung.
- b. *Interview* (wawancara) adalah teknik pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan langsung oleh pewawancara kepada responden, dan jawaban-jawaban responden dicatat atau direkam.<sup>47</sup> Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian ini: Teknik wawancara berstruktur, yaitu di mana pewawancara menggunakan daftar pertanyaan sebagai pedoman saat melakukan wawancara. Pelaksanaan wawancara dilakukan peneliti secara langsung pada Kementerian Hukum dan Hak Asasi Kantor Wilayah Lampung.
- c. Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang tidak langsung pada subyek peneliti, namun melalui dokumen. Dokumen yang

---

<sup>47</sup>*Ibid.*, h. 107.

digunakan dapat berupa buku harian, surat pribadi, laporan notulen rapat, catatan kasus dalam pekerjaan dan dokumen lainnya.

## 6. Metode Pengolahan Data

Pengolahan data meliputi kegiatan sebagai berikut:

### a. Edit Data (*Editing*)

Edit data merupakan pengoreksian atau pengecekan terhadap data yang telah dikumpulkan, hal ini karena kemungkinan data yang masuk (*raw data*) atau terkumpul atau data yang diperoleh itu tidak logis dan meragukan. Tujuan *editing* adalah untuk menghilangkan kesalahan-kesalahan yang terdapat pada pencatatan dilapangan dan bersifat koreksi, sehingga kekurangannya dapat dilengkapi atau diperbaiki.

### b. Sistematika Data (*Sistemizing*)

Sistematika data yaitu menempatkan data menurut kerangka sistematika bahasan berdasarkan urutan masalah.

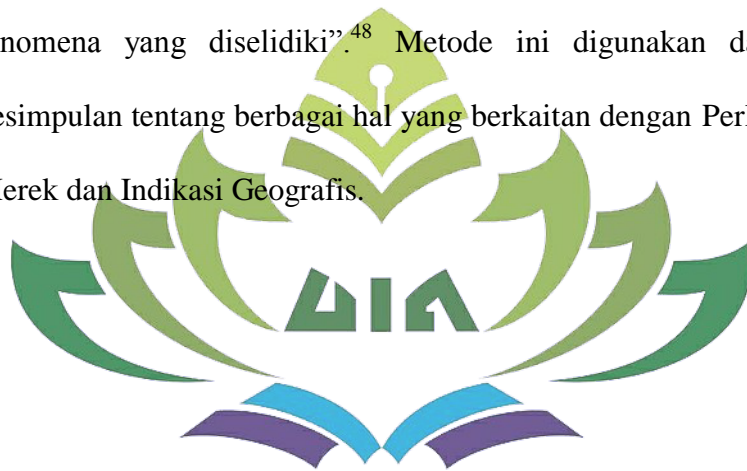
## 7. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini disesuaikan dengan kajian penelitian, yaitu Perlindungan Hak Merek dan Indikasi Geografis pada Kementrian Hukum dan Hak Asasi Manusia Kantor Wilayah Lampung yang akan dikaji menggunakan metode analisis kualitatif. Maksudnya adalah analisis ini bertujuan mengetahui perlindungan hak merek dan indikasi geografis yang dilakukan Kementrian Hukum dan Hak Asasi Manusia Kantor Wilayah Lampung terhadap pendaftar merek dan indikasi geografis sesuai dengan Undang-undang No.



20 Tahun 2016. Tujuannya dapat dilihat dari sudut fiqh muamalah, yaitu agar dapat memberikan pemahaman mengenai perlindungan hak merek dan indikasi geografis terhadap pendaftar merek dan indikasi geografis. Hal ini bertujuan agar tidak ada sengketa yang ditimbulkan akibat merek dan indikasi geografis.

Metode berpikir dalam penelitian ini menggunakan pendekatan induktif, yaitu “metode yang mempelajari suatu gejala yang khusus untuk mendapatkan kadah-kaidah di lapangan yang lebih umum mengenai fenomena yang diselidiki”.<sup>48</sup> Metode ini digunakan dalam membuat kesimpulan tentang berbagai hal yang berkaitan dengan Perlindungan Hak Merek dan Indikasi Geografis.



---

<sup>48</sup>Sutrisno Hadi, *Metode Research*, (Yogyakarta: Yayasan Penerbit Fakultas Psikologi UGM, 1981), h. 36.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Fiqh Muamalah

##### 1. Pengertian Fiqh Muamalah

Fiqh muamalah merupakan susunan kalimat yang terdiri atas dua kata, yaitu kata fiqh dan kata muamalah. Agar definisi fiqh muamalah lebih jelas, terlebih dahulu dijelaskan kata-kata terkait tentang pengertian fiqh.

###### a. Fiqh

Menurut etimologi (bahasa), fiqh adalah (الْفَهْمُ) (paham). Fiqh secara etimologis berarti paham mendalam.<sup>49</sup> Hal ini seperti pernyataan: (فَقَّهْتُ الدَّرْسَ) (saya paham pelajaran itu). Pengertian ini, antara lain, sesuai dengan arti fiqh dalam salah satu hadits yang diriwayatkan oleh Imam Bukhari:



Artinya: “Barang siapa yang dikehendaki Allah Swt menjadi orang yang baik disisi-Nya, niscaya diberikan kepada-Nya pemahaman (yang mendalam) dalam pengetahuan agama.”<sup>50</sup>

Menurut terminologi, fiqh pada mulanya fiqh berarti pengetahuan keagamaan yang mencakup seluruh ajaran agama, baik ajaran berupa aqidah, akhlak, maupun ajaran mengenai amaliah (ibadah), yakni sama dengan arti Syari’ah Islamiya.<sup>51</sup> Pada

---

<sup>49</sup>Beni Ahmad Saebeni, *Ilmu Ushul Fiqh*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2012), h. 11.

<sup>50</sup>Imam Abu Khusaini Muslim bin Hajjaz, *Soheh Bukhari*, Jilid II, (Bairut Libanon: Darul Fikr, 1994), h. 639.

<sup>51</sup>Rachmat Syafe’i, *Fiqh Muamalah*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2001), h. 13.

perkembangan selanjutnya, fiqh dapat didefinisikan sebagai bagian dari syari'ah Islamiyah, yaitu pengetahuan terhadap hukum syari'ah Islamiyah yang berkaitan dengan perbuatan manusia yang telah dewasa dan berakal sehat yang diambil dari dalil-dalil yang terinci. Fiqh dalam terminologi al-quran dan sunah, fiqh adalah pengetahuan yang luas dan mendalam mengenai perintah-perintah dan realitas Islam dan tidak memiliki relevansi khusus dengan ilmu tertentu.<sup>52</sup> Akan tetapi, dalam terminologi ulama, istilah fiqh secara khusus diterapkan pada pemahaman yang mendalam atas hukum-hukum Islam.<sup>53</sup>

Masih banyak defenisi mengenai fiqh lainnya yang dikemukakan oleh para ulama. Ada yang mendefenisikan fiqh sebagai himpunan dalil yang mendasari ketentuan hukum Islam. Ada pula yang menekankan bahwa fiqh adalah hukum syariah yang diambil dari dalilnya. Namun demikian, yang menarik untuk dikaji terkait pengertian fiqh adalah pernyataan Imam Haramain bahwa fiqh merupakan pengetahuan hukum syara' dengan jalan ijtihad. Definisi fiqh menurut pendapat Al-Amidi adalah bahwa yang dimaksud pengetahuan hukum dalam fiqh diperoleh melalui kajian dari penalaran (nadzar dan istidhah). Pengetahuan hukum yang diperoleh tidak melalui ijtihad (kajian), tetapi bersifat dharuri, seperti sholat lima

---

<sup>52</sup>Abdul Hamid dan Beni Ahmad Saebeni, *Fiqh Ibadah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2009), h. 11-12.

<sup>53</sup>Murtahada murthahari dan Muhammad Baqir Al-Sahdr, *Pengantar Ushul Fiqh dan Ushul Fiqh Perbandingan*, (Bandung: Pustaka Hidayah, 1993), h. 176.

waktu wajib, zina haram, dan masalah-masalah qath'i lainnya tidak termasuk fiqh.<sup>54</sup>

Berdasarkan definisi fiqh menurut para ulama dapat dipahami bahwa fiqh bersifat ijtihadi atau zhanni. Pada perkembangan fiqh saat ini, istilah fiqh sering dihubungkan dengan kata Al-Islami sehingga terangkai Al-Fiqh Al-Islami, yang sering diterjemahkan dengan hukum Islam yang memiliki cakupan sangat luas. Pada perkembangan selanjutnya, ulama fiqh membagi fiqh menjadi beberapa bidang, salah satunya bidangnya adalah fiqh muamalah.

#### b. Muamalah

Pengertian muamalah dapat ditinjau dari dua segi, pertama ditinjau dari segi bahasa dan kedua dapat ditinjau dari segi istilah.<sup>55</sup> Menurut etimologi, kata muamalah (المعاملة) adalah wujud masdar dari kata 'amala (عامل – يعمل – معاملة) wajarnya adalah (فاعل – يفاعل – مفاعلة) yang artinya adalah perbuatan saling bertindak, saling berbuat, dan saling beramal.<sup>56</sup> Muamalah ialah hal-hal yang termasuk urusan kemasyaratan (pergaulan, perdata, dsb).<sup>57</sup>

#### c. Fiqh Muamalah

Fiqh Muamalah menurut terminologi dapat dibagi menjadi dua, yaitu fiqh muamalah dalam arti sempit dan fiqh muamalah dalam arti luas. Fiqh muamalah dalam arti sempit adalah aturan-aturan Allah

<sup>54</sup>Rachmat Syafe'i, *Op.Cit.*, h. 13-14.

<sup>55</sup>Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2015), h. 2-3.

<sup>56</sup>Rachmat Syafe'i, *Loc.Cit.*, h. 14.

<sup>57</sup>Dapartemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama Cet. Kesembilan Edisi IV, 2015), h. 931.

yang wajib ditaati yang mengatur hubungan manusia dengan manusia dalam kaitannya dengan cara memperoleh dan mengembangkan harta benda,<sup>58</sup> sedangkan dalam arti luas fiqh muamalah cakupannya lebih luas yaitu mencakup masalah waris.

Diantara definisi yang dikemukakan oleh para ulama tentang definisi fiqh muamalah dalam arti luas adalah:

- 1) Definisi fiqh muamalah menurut Ad-Dimyati: “Supaya menjadi sebab suksesnya masalah ukhrawi, fiqh muamalah menghasilkan duniawi.”<sup>59</sup>
- 2) Definisi fiqh muamalah menurut Yusuf Musa: “Untuk menjaga kepentingan manusia peraturan-peraturan Allah yang wajib diikuti dan ditaati dalam hidup bermasyarakat.”<sup>60</sup>

Berdasarkan pengertian fiqh muamalah dalam arti luas di atas dapat diketahui bahwa fiqh muamalah adalah aturan-aturan (hukum) Allah SWT, yang ditujukan untuk mengatur kehidupan manusia dalam urusan keduniaan atau urusan yang berkaitan dengan urusan duniawi dan sosial masyarakat.

Pengertian fiqh muamalah dalam arti sempit (khas) menurut beberapa ulama adalah:

- 1) Definisi fiqh muamalah menurut Hudlari Beik: “Muamalah merupakan semua akad yang dilakukan manusia sehingga membolehkan manusia saling menukar manfaatnya.”
- 2) Definisi fiqh muamalah menurut Idris Ahmad: “Muamalah merupakan aturan Allah yang mengatur hubungan manusia dengan

<sup>58</sup>Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, Loc.Cit., h. 2-3.

<sup>59</sup>Rachmat Syafe'i, *Op.Cit.* h. 15.

<sup>60</sup>Hendi Suhendi, *Op.Cit.*, h. 2.



manusia dengan cara yang paling baik dalam usahanya untuk mendapatkan alat-alat keperluan jasmaninya.”

- 3) Definisi fiqh muamalah menurut Rasyid Ridha: “Muamalah merupakan cara-cara yang telah ditentukan terhadap tukar menukar barang atau sesuatu yang bermanfaat.”<sup>61</sup>

Berdasarkan pandangan definisi para ulama dapat dipahami bahwa fiqh muamalah dalam arti sempit menekankan keharusan mengatur hubungan antara manusia dengan manusia dalam hal cara memperoleh, mengatur, mengelola, dan mengembangkan mal (harta benda) untuk menaati aturan-aturan Allah yang telah ditetapkan untuk kebaikan manusia.

Perbedaan pengertian muamalah dalam arti sempit dengan pengertian muamalah dalam arti luas adalah terhadap cakupannya. Muamalah dalam arti luas mencakup hal-hal mengenai masalah waris, sedangkan muamalah dalam arti sempit tidak mengaturnya karena permasalahan waris dewasa ini telah diatur dalam disiplin ilmu tersendiri.<sup>62</sup>

Persamaan pengertian muamalah dalam arti luas dengan muamalah dalam arti sempit ialah sama-sama mengatur hubungan manusia dengan manusia dalam kaitan dengan pemutaran harta.

## 2. Pembagian dan Ruang Lingkup Fiqh Muamalah

Penetapan pembagian fiqh muamalah yang dikemukakan ulama fiqh sangat berkaitan dengan definisi fiqh muamalah yang mereka buat, fiqh

---

<sup>61</sup> *Ibid.*, h. 2.

<sup>62</sup> *Ibid.*, h. 3,

muamalah dalam arti luas dan arti sempit. Menurut Ibn Abidin, fiqh muamalah dalam arti luas dibagi menjadi lima bagian, antara lain:

- a. Muawadhah Maliyah (Hukum Perbendaan)
- b. Munakahat (Hukum Perkawinan)
- c. Muhasanat (Hukum Acara)
- d. Amanat dan 'Aryah (Hukum Pinjaman)
- e. Tirkah (Harta Peninggalan)

Pada pembagian fiqh muamalah diatas, ada dua bagian yang merupakan disiplin ilmu tersendiri, yaitu munakahat dan tirkah. Menurut Ibn Abidin menetapkan pembagian diatas dari sudut pembagian fiqh muamalah dalam arti luas.

Pembagian fiqh muamalah menurut Al-Fikri dalam kitab Al-Muamalah Al-Madiyah wa Al-Adabiyah membagi fiqh muamalah menjadi dua bagian.<sup>63</sup>

- a. Al-Muamalah Al-Madiyah

Al-Muamalah Al-Madiyah adalah muamalah yang mengakaji segi objeknya, yakni benda. Sebagian ulama berpendapat bahwa Al-Muamalah Al-Madiyah bersifat kebendaan, yakni benda yang halal, haram, dan syubhat untuk dimiliki, diperjual belikan, atau diusahakan, benda yang menimbulkan kemadharatan dan mendatangkan kemaslahatan bagi manusia, dan lain-lain.

---

<sup>63</sup>*Ibid.*, h. 4.

Al-Muamalah Al-Madiyah adalah aturan-aturan yang telah ditetapkan oleh syara dari segi objek. Oleh karena itu, berbagai aktivitas yang berkaitan dengan benda, seperti al-bai (jual beli) tidak hanya ditujukan untuk memperoleh keuntungan semata, tetapi jauh lebih dari itu, yakni untuk memperoleh ridha Allah SWT. Jadi kita harus menuruti tata cara jual beli yang telah ditentukan oleh syara'.<sup>64</sup>

b. Al-Muamalah Al-Adabiyah

Al-Muamalah Al-Adabiyah merupakan muamalah ditinjau dari segi aturan tukar-menukar benda dengan unsur-unsur penegaknya adalah hak dan kewajiban, seperti jujur, hasut, iri, dendam, dan lain-lain yang sumbernya dari pancaindra manusia. Al-Muamalah Al-Adabiyah adalah aturan-aturan Allah yang ditinjau dari segi subjeknya (pelakunya) yang berkisar pada keridhaan kedua pihak yang melangsungkan akad, ijab kabul, dusta, dan lain-lain.

Pada prakteknya, Al-Muamalah Al-Madiyah dan Al-Muamalah Al-Adabiyah tidak dapat dipisahkan.

a. Ruang Lingkup Muamalah Adabiyah

Ruang lingkup Al-muamalah Al-Adabiyah termaksud hal-hal tentang ijab dan kabul, saling meridai dari salah satu pihak, tidak ada keterpaksaan, hak dan kewajiban, kejujuran pedagang penipuan,

---

<sup>64</sup> Rachmat Syafe'i, *Loc.Cit.*, h. 15.

penimbunan, pemalsuan dan segala sesuatu yang bersumber dari indra manusia yang ada kaitannya dengan peredaran harta.<sup>65</sup>

b. Ruang Lingkup Muamalah Madaniyah

Ruang lingkup muamalah madaniyah, antara lain meliputi:

- 1) Jual beli (al-bai' at-tijarah)
- 2) Gadai (rahn)
- 3) Jaminan dan tanggungan (kafalah dan dhaman)
- 4) Pemindahan utang (hiwalah)
- 5) Jatuh bangkit (tafjis)
- 6) Batas bertindak (al-hajru)
- 7) Perseroan atau perkongsian (asy-syirkah)
- 8) Perseroan harta dan tenga (al-mudharabah)
- 9) Sewa menyewa tanah (al-musaqah al-mukhabarah)
- 10) Upah (ujrah al-amah)
- 11) Gugatan (asy-syuf'ah)
- 12) Sayembara (al-ji'alah)
- 13) Pembagian kekayaan bersama (al-qismah)
- 14) Pemberian (al-hibah)
- 15) Pembebasan (al-ibra), damai (ash-shulhu)
- 16) Beberapa masalah mu'asirah (muhaditsah), seperti masalah bunga bank, asuransi, kredit dan masalah lainnya.<sup>66</sup>

### 3. Sumber Hukum Fiqh Muamalah

Sumber fiqh muamalah berasal dari dua sumber utama yaitu dalil naqli yang berupa Al-quran dan sunah dan dalil aqli yang berupa akal (ijtihad).

a. Al-quran.

Al-quran adalah kitab Allah yang diturunkan kepada Nabi Muhammad SAW dengan bahasa arab yang memiliki tujuan kebaikan dan perbaikan bagi kehidupan manusia, yang berlaku didunia dan akhirat.

---

<sup>65</sup>*Ibid.*, h. 18.

<sup>66</sup>*Ibid.*, h. 18.

Al-quran merupakan sumber syariat utama umat Islam,<sup>67</sup> termasuk didalamnya masalah hukum dan perundang-undangan. Sebagai sumber hukum yang utama,<sup>68</sup> Al-quran merupakan sumber utama yang digunakan oleh umat Islam dalam menemukan dan menarik suatu perkara hukum yang terjadi dalam kehidupan. Al-quran merupakan sumber hukum yang adil dan menjunjung tinggi nilai-nilai kemanusiaan. Al-quran merupakan sumber dari segala sumber hukum Islam. Ayat Al-quran terkait hak merek dalam fiqh muamalah terdapat dalam Surah Al Asy-Syuara ayat 183.

وَلَا تَبْخُسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ

Artinya : Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan;

b. Sunah

Sunah sering disamakan dengan hadis, dalam arti syar'i ialah apa yang bersumber dari Rasul, baik berupa perkataan, perbuatan maupun ketetapan.<sup>69</sup> Sunah dapat menetapkan dan mengkohkan ketentuan-ketentuan yang tidak terdapat di dalam Al-quran, atau berupa penjelasan terhadap al-quran, menafsiri serta memperinci atau juga menetapkan sesuatu hukum yang tidak terdapat di dalam Al-quran.<sup>70</sup>

Sunah merupakan sumber fiqh yang kedua setelah Al-quran, karena

<sup>67</sup> Beni Ahmad Saebeni, *Op.Cit.*, h. 103.

<sup>68</sup> Syeh Abdul Wahab Khallaf, *Ilmu Ushul Fikih*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2012), h. 17.

<sup>69</sup> *Ibid.*, h. 37.

<sup>70</sup> Ahmad Sanusi dan Sohari, *Ushul Fiqh*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015), h.

sunah merupakan penjelas dari Al-quran, maka yang dijelaskan berkedudukan lebih tinggi dari pada yang menjelaskan.<sup>71</sup> Sesuai dengan arti fiqh dalam salah satu hadits yang diriwayatkan oleh Imam Bukhari:

مَنْ يُرِدِ اللَّهُ بِهِ خَيْرًا يُفَقِّهْهُ فِي الدِّينِ

Artinya: “Barang siapa yang dikehendaki Allah Swt menjadi orang yang baik disisi-Nya, niscaya diberikan kepada-Nya pemahaman (yang mendalam) dalam pengetahuan agama.”<sup>72</sup>

#### c. Ijtihad

Ijtihad menurut etimologi berasal dari kata al-juhd adalah daya, kemampuan, kekuatan atau dari kata al-jahd yang berarti al-masyaqoh adalah kesulitan, kesukaran. Menurut istilah ijtihad adalah pengerahan daya dan kemampuan dalam suatu aktivitas dari aktivitas-aktivitas yang berat dan sukar.<sup>73</sup> Kedudukan ijtihad sangat penting dalam dunia Islam, terlebih jika berhubungan dengan hukum syariah amaliyah yang membutuhkan dalil-dalil yang pasti.<sup>74</sup> Al-quran memerintahkan kepada orang-orang yang beriman agar menggunakan akal nya dengan baik untuk berijtihad.

### 4. Prinsip Dasar Fiqh Muamalah

Islam memberikan petunjuk dalam segala unsur kehidupan manusia, tak terkecuali dalam dunia ekonomi. Islam dalam segi ekonomi memiliki

<sup>71</sup>Rachmat Syafe'i, *Ilmu Ushul Fiqih*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015), h. 65.

<sup>72</sup>Imam Abu Khusaini Muslim bin Hajjaz, *Soheh Bukhari*, Jilid II, (Bairut Libanon: Darul Fikr, 1994), h. 639.

<sup>73</sup>Ahmad Sanusi dan Sohari, *Op.Cit.*, h. 229.

<sup>74</sup>Beni Ahmad Saebeni, *Op.Cit.*, h. 182.



prinsip yang dikenal dengan sistem ekonomi Islam. Sistem ekonomi Islam ini berusaha menjelaskan nilai-nilai ekonomi mempunyai hubungan dengan nilai akidah atau nilai etika. Artinya, kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh manusia dibangun dengan hubungan antara nilai materialisme dan spiritualisme. Dalam prinsip dan asas muamalah manusia dapat mengembangkan sistem yang dapat menampung kebutuhan masyarakat sesuai dengan perkembangan masyarakat itu sendiri.<sup>75</sup> Kegiatan ekonomi yang dilakukan tidak hanya berbasis nilai materi, akan tetapi terdapat sandaran nilai-nilai akidah dan etika didalamnya, sehingga akan bernilai ibadah. Prinsip dasar fiqh muamalah menjelaskan konsep dasar ekonomi Islam. Konsep ekonomi Islam dalam kegiatan muamalah (ekonomi) juga sangat konsen terhadap nilai-nilai humanisme dimana nilai humanisme menghargai hak orang lain. Di antara kaidah dasar (asas) fiqh muamalah antara lain sebagai berikut:

1. Prinsip Dasar (Asas) Muamalah, antar lain:
  - a. Hukum asal dalam muamalah adalah mubah.
  - b. Konsentrasi Fiqh Muamalah untuk mewujudkan kemaslahatan.
  - c. Dalam melakukan muamalah hendaknya menetapkan harga yang kompetitif.
  - d. Dalam melakukan muamalah hendaknya meninggalkan intervensi yang dilarang.

---

<sup>75</sup>Mohammad Rusfi, “*Filsafat Harta: Prinsip Hukum Islam Terhadap Kepemilikan Harta*” (Al-Adalah Vol. XIII, No. 2, Desember 2016), h. 243 (On-line). Tersedia di <http://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/adalah/article/view/1864> (diakses pada 21 April 2019, pukul 13.30 WIB), dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah.

- e. Dalam muamalah hendaknya menghindari eksploitasi.
- f. Dalam melakukan muamalah hendaknya memberikan toleransi.
- g. Mengikuti ajaran Tabligh, siddhiq, fathonah amanah sesuai sifat Rasulullah.<sup>76</sup>
- h. Dalam melakukan muamalah hendaknya bermanfaat, adil dan muawanah.

2. Prinsip Umum Muamalah, antara lain:

- a. Muamalah dilakukan atas dasar Ta'awun (tolong-menolong).
- b. Muamalah dilakukan atas keinginan niat/itikad baik.
- c. Muamalah dilakukan atas konsep Al-muawanah/kemitraan.
- d. Muamalah mewujudkan adanya kepastian hukum.

## 5. Konsep Akad dalam Fiqh Muamalah

Akad secara etimologi diartikan sebagai perikatan, perjanjian dan permufakatan. Secara terminologi akad adalah pertalian ijab dan kabul sesuai dengan kehendak syariat yang berpengaruh kepada objek perikatan. Adapun berpengaruh pada objek perikatan maksudnya adalah terjadinya perpindahan kepemilikan dari satu pihak kepada pihak lain.<sup>77</sup> Di sisi lain, syarat merupakan bagian dari rukun tetapi bukan esensi dalam perbuatan.<sup>78</sup>

Konsep akad dalam fiqh muamalah mencakup empat syarat:

<sup>76</sup>Dimyauudin Djuwaini, *Pengantar Fiqh Mu'amalah*, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2010), h. 7.

<sup>77</sup>Abdul Rahman Ghazali, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Kencana, 2010), h. 50-51.

<sup>78</sup>Deni K. Yusup, *Peran Notaris dalam Praktik Perjanjian Bisnis di Perbankan Syariah Tinjauan Dari Perspektif Hukum Ekonomi Syariah* (Al-Adalah Vol. XII, No. 4, Desember 2015), h. 706 (On-line). Tersedia di <http://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/adalah/article/view/208> (diakses pada tanggal 12 April 2019, pukul 15.30 WIB), dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah.

- a. Pertama, perjanjian (al-‘ahdu);
- b. Kedua, persetujuan dua pihak atau lebih (al-ittifaq);
- c. Ketiga, perikatan (al-‘aqdu);
- d. Keempat, kerelaan antara kedua belah pihak (al-taradhi).<sup>79</sup>

## B. Tinjauan Umum Tentang Merek dan Indikasi Geografis

### 1. Sejarah Merek

Sejarah hak merek dapat ditelusuri bahkan mungkin berabad-abad sebelum Masehi. Sejak zaman kuno, misalnya periode *Minoan*, orang sudah memberikan tanda untuk barang-barang miliknya, hewan bahkan manusia.<sup>80</sup> Di era yang sama bangsa Mesir sudah menerangkan namanya untuk batu bata yang dibuat atas perintah raja. Perundang-undangan tentang Merek dimulai dari *Statute Of Parma* yang sudah mulai memfungsikan merek sebagai pembeda untuk produk berupa pisau, pedang, atau barang dari produk tembaga lainnya.<sup>81</sup>

Penggunaan merek dagang dalam pengertian yang kita kenal sekarang ini mulai dikenal tidak lama setelah Revolusi Industri pada pertengahan abad XVIII. Pada saat itu sistem produksi yang berasal dari abad pertengahan lebih mengutamakan keterampilan kerja tangan, berubah secara radikal sebagai akibat digunakannya mesin-mesin dengan kapasitas produksi yang tinggi. Akibatnya terkumpul hasil produksi dalam unit-

<sup>79</sup>Aiyub Ahmad, *Transaksi Ekonomi Perspektif Hukum Perdata dan Hukum Islam*, (Jakarta: Kiswah, 2004), h. 30.

<sup>80</sup>Rahmi Jened, *Hukum Merek Trademark Law Dalam Era Global & Integrasi Ekonomi*, (Jakarta: Prenada Media Grup, 2015), h. 1.

<sup>81</sup>Rahmi Jened, *Hak Kekayaan Intelektual Penyalahgunaan Hak Eksklusif*, (Surabaya: Airlangga University Press, 2007), h. 159.

unit yang besar dan membutuhkan sistem distribusi guna penyaluran barang-barang tersebut dalam masyarakat.

Bersamaan dengan berkembangnya industri, berkembang pula penggunaan iklan untuk memperkenalkan produk. Sejalan dengan berkembang dan meningkatnya penggunaan iklan, maka meningkat pula penggunaan merek dalam fungsinya yang modern, yaitu sebagai tanda pengenal akan asal atau sumber produsen dari barang-barang yang bersangkutan.<sup>82</sup> Di lain pihak pembeli juga mulai mengandalkan merek barang sebagai indikasi yang benar mengenai sumber barang, mereka menggunakannya sebagai bantuan dalam memutuskan pembelian barang dan konsumen lama kelamaan mulai menyadari bahwa merek dapat menunjukkan mutu barang dan pembuat barang. Dengan demikian sifat merek berubah dari informasi mengenai penanggungjawab atas barang (*source of liability*) menjadi penunjuk mutu barang (*indicator of quality*). Pada masa itu, telah dikenal penggunaan merek perniagaan (*marques de commerce, trademark, merk*) dalam pengertian sendiri sebagai tandingan merek perusahaan (*marques de fabrique, manufacturer's mark, fabrieksmereken*). Asal muasal perbedaan ini karena di Perancis pada waktu itu merek dari pedagang sutra lebih penting dari pada merek yang berasal dari perusahaan kain sutranya, sehingga para pedagang sutra yang bersangkutan merasa berkepentingan untuk dapat menggunakan atau melindungi merek mereka, seperti halnya para pengusaha pabrik dengan

---

<sup>82</sup>Gunawan Suryomurcito, "Perlindungan Merek", Makalah Pada Pelatihan HKI V, Kerja Sama Fakultas Hukum Universitas Airlangga dengan Perhimpunan Masyarakat HKI Indonesia (IIPS), Surabaya 7-26 Agustus 2000, h. 5-7.

merek perusahaannya. Pembedaan ini kemudian diakui secara resmi dalam hukum Perancis pada 1857. Pembedaan itu juga dianut oleh banyak negara di dunia, termasuk di Inggris pada 1962, Amerika Serikat pada 1870 dan 1876, sedangkan di Belanda tertuang dalam *Merkenwet* 1893.<sup>83</sup>

Berdasarkan sejarah perkembangannya, diketahui bahwa hukum merek yang berkembang pada abad XIX, sebagai bagian dari hukum yang mengatur masalah persaingan curang dan pemalsuan barang.<sup>84</sup> Norma dasar perlindungan merek menjelaskan bahwa tidak ada seorang pun berhak menawarkan barangnya kepada masyarakat sehingga seolah-olah sebagai barang pengusaha lainnya, yaitu dengan menggunakan merek yang sama merek yang sama yang dikenal oleh masyarakat sebagai merek pengusaha lainnya. Pada akhirnya perlindungan diberikan sebagai suatu pengakuan bahwa merek tersebut sebagai milik dari orang yang telah memakainya sebagai tanda pengenal dari barang-barangnya dan untuk membedakannya dari barang-barang lain yang tidak menggunakan merek tersebut. Pengakuan tersebut didasarkan pada pengenalan atau pengetahuan masyarakat bahwa merek dagang itu berfungsi sebagai pembeda. Pengenalan merek tersebut mendorong masyarakat untuk membeli barang yang memakai merek tertentu, sehingga menjadikan merek sebagai objek hak hak milik dari pemilik merek yang bersangkutan.<sup>85</sup>

---

<sup>83</sup>*Ibid.*, h. 5-7.

<sup>84</sup>Rahmi Jened, *Op. Cit.*, h. 2.

<sup>85</sup>Rahmi Janed, *Implikasi Persetujuan TRIPs Bagi Perlindungan Merek di Indonesia*, (Surabaya: Yuridika, 2000), h. 1

Di Indonesia pengaturan tentang merek sudah diatur sejak lama yaitu pada masa penjajahan Belanda. Pada masa kolonial Belanda pengaturan merek telah berlaku dengan adanya Undang-undang merek, yakni *Staatblad van Nederlandsch-Indie* No. 109 yang mulai diberlakukan tahun 1855. Undang-undang merek tersebut kemudian digantikan *Staatsblad van Nederlandsch-Indie* No.305 yang dikeluarkan tahun 1893 dan diberlakukan sejak tahun 1894. Pada tahun 1912, Undang-undang merek baru ditetapkan oleh kolonial Belanda, yakni *Reglement Industriele Eigendom* (*Staatblad van Nederlandsch-Indie* No. 545). Setelah Proklamasi Kemerdekaan, Undang-undang merek tersebut dinyatakan tetap berlaku, yakni berdasarkan ketentuan Pasal II Aturan Peralihan UUD 1945.<sup>86</sup>

Ketentuan *Reglement Industriele Eigendom* masih terus berlaku hingga akhirnya sampai pada akhir tahun 1961 ketentuan tersebut diganti dengan Undang-undang No. 21 Tahun 1961 Tentang Merek Perusahaan dan Merek Perniagaan yang diundangkan pada tanggal 11 Oktober 1961 dan terdapat di dalam Lembaran Negara RI No. 290 serta penjelasannya didalamnya terdapat Tambahan Lembaran Negara RI No. 2341 yang mulai diberlakukan pada bulan November 1961. Undang-undang No. 21 Tahun 1961 mengadopsi sebagian besar ketentuan merek dalam *Reglement Industriele Eigendom* (*Staatblad van Nederlandsch-Indie* No. 545). Perbedaan perubahan utamanya terletak pada jangka waktu perlindungan

---

<sup>86</sup>Casavera, *15 Kasus Sengketa Merek Di Indonesia*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), h. 40.



merek yang lebih pendek dan pengelompokan kelas barang ke dalam 35 kelas (sebelumnya tidak dikenal dalam ketentuan *Reglement Industriele Eigendom*).<sup>87</sup>

Undang-undang No. 21 Tahun 1961 bertahan selama kurang lebih 31 tahun, Undang-undang tersebut kemudian dicabut dan digantikan Undang-undang No. 19 Tahun 1992 Tentang Merek, yang diundangkan dalam Lembaran Negara RI Tahun 1992 No. 81 dan penjelasannya dimuat dalam Tambahan Lembaran Negara RI No. 3490. Undang-undang merek tersebut berisi 90 pasal kemudian disahkan di Jakarta pada tanggal 28 Agustus 1992 oleh Presiden Soeharto dan dinyatakan mulai berlaku sejak 1 April 1993.

Penyebab dicabutnya Undang-undang Merek Tahun 1961 adalah karena Undang-undang Merek No. 21 Tahun 1961 dinilai tidak sesuai dengan perkembangan keadaan dan kebutuhan masyarakat pada saat itu. Hal ini dapat dilihat bahwa Undang-undang Merek Tahun 1992 banyak mengalami perubahan-perubahan yang sangat berarti jika dibanding dengan Undang-undang Merek No. 21 Tahun 1961, perbedaannya antara lain mengenai sistem pendaftaran, lisensi, merek kolektif, dan sebagainya.<sup>88</sup>

Alasan lain yang menjadi penyebab dicabutnya Undang-undang No. 21 Tahun 1961 dapat dilihat dalam penjelasan Undang-undang Merek Tahun 1992 yang menegaskan bahwa Undang-undang merek terbaru itu

---

<sup>87</sup>OK. Saidin, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2013), h. 332.

<sup>88</sup>*Ibid.*, h.332.

merupakan penyempurnaan terhadap Undang-undang merek No. 21 Tahun 1961 yang merupakan Undang-undang merek lama. Pertimbangannya adalah bahwa materi didalam Undang-undang No. 21 Tahun 1961 bertolak dari konsepsi merek yang tumbuh pada masa sekitar Perang Dunia Kedua, sehingga Undang-undang merek tersebut cenderung tertinggal jauh dibandingkan perkembangan kondisi, kebutuhan, dan situasi perdagangan terakhir. Pertimbangan lainnya adalah bahwa perkembangan norma dan tatanan niaga memunculkan persoalan baru sehingga membutuhkan antisipasi yang harus diatur dalam Undang-undang merek yang baru.

Apabila dibandingkan dengan Undang-Undang No. 21 Tahun 1961, Undang-Undang No. 19 Tahun 1992 menunjukkan perbedaan-perbedaan antara lain:

- a. Ruang lingkup pengaturan merek dibuat seluas mungkin. Hal ini dapat dilihat bahwa Undang-undang merek No. 21 Tahun 1961 lebih membatasi pada merek perusahaan dan merek perniagaan, serta tidak mencakup merek jasa; maka ruang lingkup Undang-undang merek No. 19 tahun 1992 mencakup baik merek dagang maupun merek jasa. Pengaturan terhadap merek kolektif juga dimasukkan dalam Undang-undang merek No. 19 Tahun 1992, bahkan dalam perkembangan yang akan datang penggunaan istilah merek akan dapat menjelaskan pengertian lain, seperti "*certification marks*", "*associates marks*".
- b. Undang-undang merek No. 19 Tahun 1992 juga menggunakan sistem konstitutif yang bertujuan menjamin kepastian hukum disertai dengan

ketentuan-ketentuan yang menjamin segi-segi keadilan bagi pemegang merek Jaminan terhadap aspek keadilan dapat dilihat dari berbagai aspek antara lain:

- 1) Pembentukan cabang-cabang kantor merek di daerah;
- 2) Pembentukan komisi banding merek, dan memberikan kemungkinan untuk mengajukan gugatan yang tidak terbatas melalui Pengadilan Negeri Jakarta Pusat, tetapi juga melalui Pengadilan Negeri lainnya akan ditetapkan secara bertahap;
- 3) Serta tetap dimungkinkannya gugatan melalui Pengadilan Tata Usaha Negara, Bahkan dalam masa pengumuman permintaan pendaftaran merek dimungkinkannya pemilik merek tidak terdaftar yang telah menggunakan sebagai pemakai pertama untuk mengajukan keberatan.<sup>89</sup>

- c. Agar permintaan pendaftaran merek dapat berlangsung tertib, pemeriksaannya pendaftaran merek tidak semata-mata dilakukan berdasarkan kelengkapan persyaratan formal, tetapi juga dilakukan pemeriksaan substantive. Pendaftaran merek menggunakan sistem yang baru dilakukan dengan adanya pengumuman permintaan pendaftaran suatu merek. Dengan adanya pengumuman tersebut mempunyai tujuan agar dapat memberi kesempatan kepada masyarakat yang memiliki kepentingan dengan permintaan pendaftaran merek dapat mengajukan keberatan. Pendaftaran merek dengan mekanisme

---

<sup>89</sup>*Ibid.*, h.334.

semacam ini bukan hanya mengatasi masalah yang timbul dari sistem deklaratif, tetapi juga menumbuhkan keikutsertaan peran masyarakat dalam merek. Pendaftaran merek menurut Undang-undang No. 19 Tahun 1992 mempertegas kemungkinan penghapusan dan pembatalan merek yang telah terdaftar berdasarkan alasan dan tata cara tertentu.<sup>90</sup>

- d. Negara Indonesia sebagai negara yang ikut serta dalam *Paris Convention for the Protection of Industrial Property* tahun 1883, Maka Undang-undang No. 19 Tahun 1992 mengatur mengenai pendaftaran merek dengan menggunakan hak prioritas yang diatur dalam Konvensi tersebut.<sup>91</sup>
- e. Undang-undang No. 19 Tahun 1992 mengatur pengalihan hak atas merek berdasarkan lisensi yang tidak diatur didalam Undang-undang No. 21 Tahun 1961.<sup>92</sup>
- f. Undang-undang No. 19 Tahun 1992 mengatur sanksi pidana, baik untuk tindakan pidana yang diklasifikasi sebagai kejahatan maupun sebagai pelanggaran terhadap merek.<sup>93</sup>

Dalam perkembangan merek selanjutnya, Undang-undang No. 19 Tahun 1992 diubah dengan Undang-undang No. 14 Tahun 1997 yang disahkan dan berlaku pada tanggal 7 Mei 1997. Akibat perubahan tersebut sebanyak 23 pasal dari total 90 pasal Undang-undang No. 19 Tahun 1992 mengalami perubahan. Pertimbangan utama yang melandasi terjadinya

---

<sup>90</sup>Casavera, *Op.Cit.*, h. 43.

<sup>91</sup>Sudargo Gautama, *Hukum Merek Indonesia*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 1984), h. 2.

<sup>92</sup>OK. Saidin, *Loc.Cit.*, h. 334.

<sup>93</sup>*Ibid.*, h. 334.

perubahan-perubahan tersebut adalah penyesuaian peraturan perundang-undangan nasional di bidang Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI), termasuk didalamnya merek, dengan Persetujuan tentang Aspek-aspek Dagang Hak Atas Kekayaan Intelektual (*Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights, Including Trade in Counterfeit Goods/TRIPs*).

Berdasarkan pertimbangan diperlukannya sistem pengaturan merek yang lebih memadai seiring dengan tuntutan globalisasi dan sejalan dengan perjanjian-perjanjian internasional yang telah diratifikasi Indonesia (di antaranya *Agreement Establishing the World Trade Organization*), serta pengalaman melaksanakan administrasi mengenai merek, pemerintah Indonesia menyempurnakan Undang-undang merek dengan pemberlakuan Undang-undang No. 15 Tahun 2001 tentang Merek. Undang-undang merek No. 15 Tahun 2001 yang terdiri atas 101 pasal ini diundangkan, kemudian dinyatakan berlaku sejak tanggal 1 Agustus 2001 dan dimuat dalam Lembaran Negara RI tahun 2001 No. 110. Sementara penjelasannya mengenai Undang-undang merek No. 15 Tahun 2001 dimuat dalam Tambahan Lembaran Negara RI No. 4131.

Perbedaan yang dapat terlihat jelas dalam perubahan Undang-undang No. 15 Tahun 2001 dibandingkan dengan Undang-undang merek yang lama antara lain menyangkut proses penyelesaian permohonan. Pada Undang-undang No. 15 Tahun 2001, proses penyelesaian permohonan dilakukan dengan pemeriksaan substantif. Pemeriksaan tersebut dilakukan

setelah permohonan dinyatakan memenuhi syarat secara administratif. Pemeriksaan substantif yang dilakukan pada Undang-undang merek No. 15 Tahun 2001, pada awalnya dilakukan setelah selesainya masa pengumuman tentang adanya permohonan pengajuan merek, tetapi dengan adanya perubahan undang-undang ini dimaksudkan agar dapat lebih cepat diketahui apakah permohonan pengajuan merek bersangkutan disetujui atau ditolak, dan memberi kesempatan kepada pihak lain untuk mengajukan keberatan terhadap permohonan pengajuan merek yang telah disetujui untuk didaftar. Sekarang jangka waktu pengumuman dilaksanakan selama 3 (tiga) bulan, lebih singkat dari jangka waktu pengumuman berdasarkan Undang-undang merek yang lama.<sup>94</sup> Jangka waktu pengumuman yang dipersingkat menyebabkan secara keseluruhan akan dipersingkat pula jangka waktu penyelesaian permohonan dalam rangka meningkatkan pelayanan kepada masyarakat.

Terkait dengan pendaftaran merek dengan hak prioritas, dalam Undang-undang No. 15 tahun 2001 diatur bahwa apabila pemohon tidak dapat melengkapi bukti penerimaan permohonan yang pertama kali menimbulkan hak prioritas setelah berakhirnya hak prioritas, permohonan tersebut diproses seperti permohonan biasa tanpa menggunakan hak prioritas dalam jangka waktu 3 (tiga) bulan.

Hal yang berkaitan dengan Undang-undang No. 15 Tahun 2001 adalah berkenaan dengan ditolaknya permohonan yang merupakan kerugian bagi

---

<sup>94</sup>Hery Firmansyah, *Perlindungan Hukum Terhadap Merek*, (Yogyakarta: Pustaka Yustisia, 2011), h. 37.



pemohon pendaftaran merek. Terkait ditolaknya permohonanan terbut perlu adanya prngaturan yang dapat membantu pemohon untuk mengetahui lebih jelas alasan penolakan permohonannya dengan terlebih dahulu memberitahukan kepadanya bahwa permohonan akan ditolak. Pada Undang-undang No. 15 Tahun 2001 terdapat perlindungan terhadap merek dagang dan merek jasa, dalam Undang-undang No. 15 Tahun 2001 diatur juga perlindungan terhadap indikasi geografis, yaitu tanda yang menunjukkan daerah asal suatu barang karena faktor lingkungan geografis, termasuk faktor alam atau faktor manusia atau kombinasi dari kedua faktor tersebut, memberikan ciri dan kualitas tertentu pada barang yang dihasilkan, selain perlindungan indikasi geografis diatur juga perlindungan mengenai indikasi asal.

Pada Undang-undang No. 15 Tahun 2001, selain mengingat merek merupakan bagian dari kegiatan perekonomian atau dunia usaha, penyelesaian sengketa merek memerlukan badan peradilan khusus, yaitu Pengadilan Niaga sehingga diharapkan sengketa merek dapat diselesaikan dalam waktu yang relatif cepat. Penyelesaian terhadap sengketa merek harus diatur hukum acara khusus untuk menyelesaikan masalah sengketa merek seperti bidang hak kekayaan intelektual lainnya. Dalam sengketa merek perlu adanya peradilan khusus untuk menyelesaikan masalah sengketa merek dan bidang-bidang hak kekayaan intelektual lain, penyelesaian sengketa cipta dan paten. Dalam sengketa merek menurut Undang-undang No. 15 Tahun 2001, pemilik merek diberi upaya

perlindungan hukum yang lain, yaitu dalam wujud penetapan sementara pengadilan untuk melindungi mereknya untuk mencegah kerugian yang lebih besar, selain perlindungan hak merek dijelaskan hal-hal untuk memberikan kesempatan yang lebih luas dalam penyelesaian sengketa, dalam Undang-undang No. 15 Tahun 2001 dimuat ketentuan tentang arbitrase atau alternatif penyelesaian sengketa.<sup>95</sup>

## 2. Pengertian Merek

Menurut Pasal 1a UU No 20 Tahun 2016, memberikan pengertian bahwa merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa.<sup>96</sup>

Sarjana hukum juga memberikan pendapatnya tentang merek, yaitu:

Menurut Yusran Isnaini, merek merupakan tanda yang berupa gambar, nama, angka-angka, kata, susunan warna, huruf-huruf atau kombinasi dari unsur-unsur merek tersebut yang memiliki daya pembeda dan dapat digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa.<sup>97</sup>

- a. Menurut Molengraaf, merek merupakan suatu cara untuk menunjukkan asal barang, dengan cara dipribadikanlah sebuah barang tertentu dengan jaminan kualitasnya sehingga bisa dibandingkan

<sup>95</sup>OK. Saidin, *Op.Cit.*, h. 337.

<sup>96</sup>Pasal 1a UU No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.

<sup>97</sup>Yusran Isnaini, *Buku Pintar Haki*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2003), h. 33.

dengan barang-barang sejenis yang diperdagangkan dan dibuat oleh orang atau perusahaan lain.<sup>98</sup>

- b. Menurut H.M.N Purwo Sutjipto, merek dapat diartikan suatu tanda, dengan mana suatu benda tertentu dipribadikan sehingga dapat dibedakan dengan benda lain yang sejenis.<sup>99</sup>
- c. Menurut Iur Suryatin, suatu merek dapat dipergunakan untuk membedakan barang yang bersangkutan dari barang yang sejenis lainnya oleh karena itu, barang yang bersangkutan dengan diberi merek tadi mempunyai: tanda asal, nama, jaminan terhadap mutunya.<sup>100</sup>
- d. Harsono Adisumarto, merek merupakan suatu tanda pengenal biasanya untuk membedakan tanda atau merek digunakan suatu inisial yang membedakan milik seseorang dengan milik orang lain, dari mana asal pemilik sendiri sebagai tanda perbedaan merek tersebut.<sup>101</sup>
- e. Tirtaamidjaya, merek adalah suatu cara yang digunakan untuk membedakan barang milik seseorang dengan barang-barang yang sejenis lainnya dari tanda yang dibubuhkan di atas bungkusnya atau di atas barang.<sup>102</sup>

---

<sup>98</sup>Muhamad Djumhana dan R. Djubaedillah, *Hak Milik Intelektual*, (Bandung: PT.Citra Aditya Bakti, 1993), h. 121.

<sup>99</sup>H.M.N. Purwo Sutjipto, *Pengertian Pokok-pokok Hukum Dagang Indonesia*, (Jakarta: Djambatan, 1984), h. 82.

<sup>100</sup>Suryatin, *Hukum Dagang I dan II*, (Jakarta: Pradnya Paramita, 1980), h. 84.

<sup>101</sup>Harsono Adisumarto, *Hak Milik Perindustrian*, (Jakarta: Akademika Pressindo, 1990), h. 44.

<sup>102</sup>Tirtaamidjaya, *Pokok-Pokok Hukum Perniagaan*, (Jakarta: Djambatan, 1962), h. 80.

Berdasarkan pendapat sarjana hukum dapat dipahami, bahwa merek adalah suatu tanda untuk membedakan barang atau jasa yang sejenis yang dihasilkan atau diperdagangkan seseorang atau badan hukum dengan barang atau jasa yang sejenis yang dihasilkan oleh orang lain, yang memiliki daya pembeda maupun sebagai jaminan atas mutunya dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa.

### 3. Jenis-jenis Merek

Jenis merek menurut Suryatin dibagi menjadi beberapa jenis, yaitu:

- a. Merek lukisan (*beel mark*)
- b. Merek kata (*word mark*)
- c. Merek bentuk (*form mark*)
- d. Merek bunyi-bunyian (*klank mark*)
- e. Merek merek judul (*title mark*)<sup>103</sup>

R.M. Suryodinigrat mengklasifikasikan merek dalam tiga jenis, yaitu:

- a. Merek kata yang terdiri kata-kata saja, misalnya: *Good Year, Dunlop*, sebagai merek untuk ban mobil dan ban sepeda;
- b. Merek lukisan adalah merek yang terdiridari lukisan saja yang tidak pernah, setidak-tidaknya jarang sekali dipergunakan;
- c. Merek kombinasi kata dan lukisan, banyak sekali dipergunakan, misalnya: rokok putih merek "*Escort*" yang terdiri dari lukisan iring-iringan kapal laut dengan tulisan di bawahnya "*Escort*", Teh wangi

---

<sup>103</sup>OK. Saidin, *Op.Cit.*, h. 346.

merek “Pandawa” yang terdiri dari lukisan wayang kulit pendawa dengan perkataan di bawahnya “Pendawa Lima”.<sup>104</sup>

#### 4. Konsep Merek

Konsep merek dapat diartikan sebagai sebuah nama yang mewakili produk secara keseluruhan. Baik produk itu sendiri, jasa yang diberikan oleh produk tersebut, perusahaan yang memproduksi, dan hal-hal terkait lainnya. Merek merupakan suatu kesatuan yang diwakili oleh sebuah simbol. Konsep merek yang dilabeli sebuah produk dan sebagai wakil dari sesuatu yang dipasarkan menjadi penanda bagi sebuah produk sekaligus pembeda dengan produk-produk lainnya. Konsep merek sendiri berfungsi sebagai *value indicator* yaitu menggambarkan seberapa kokoh *value* atau nilai yang ditawarkan kepada pelanggan. Konsep merek menggambarkan nilai yang ditawarkan dan mempunyai peranan penting bagi konsumen dalam menetapkan pilihannya. Konsep merek menyebabkan persaingan merek saat ini begitu dominan. Konsep merek dianggap sebagai aset perusahaan yang paling berharga, karena merek menjadi bagian paling penting, konsep merek mempunyai kontribusi yang sangat penting bagi jalannya sebuah industri, apapun bentuknya.

Pada perdagangan, konsep merek merupakan salah satu karya intelektual yang penting bagi kelancaran dan peningkatan barang dan jasa.<sup>105</sup> Hal tersebut dikarenakan merek memiliki nilai strategis dan

---

<sup>104</sup>R.M. Suryodinigrat, *Aneka Milik Perindustrian*, (Bandung: Tarsito, 1981), h. 15.

<sup>105</sup>Herdin Rahmat Septianto, “*Analisis Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Hak Merek Home Industries Alat Musik Gitar Menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2012 Tentang*

penting bagi produsen dan konsumen.<sup>106</sup> Konsep merek memiliki nilai strategis sangat penting dalam dunia periklanan dan pemasaran karena publik sering mengaitkan suatu kualitas atau reputasi barang dan jasa dengan merek tertentu. Konsep merek berguna untuk produsen karena merek menjadi kekayaan yang sangat berharga secara komersial.<sup>107</sup> Melalui merek, produsen dapat menjaga dan memberikan jaminan atas kualitas barang dan jasa yang dihasilkan dan mencengah tindakan persaingan tidak jujur yang dilakukan produsen lain yang beritikad buruk terhadap reputasi mereknya. Merek berguna untuk konsumen dalam membeli produk tertentu. Menurut konsumen merek yang berkualitas tinggi atau aman untuk dikonsumsi dikarenakan reputasi dari merek tersebut. Konsumen yang merasa puas dengan suatu produk dengan merek tertentu akan kembali membeli produk-produk lainnya dengan merek tersebut dimasa yang akan datang.<sup>108</sup>

Pentingnya suatu konsep merek dapat dilihat dari adanya keinginan pembeli atau konsumen memakai sebuah merek. Perkembangan merek di era modern tidak hanya ditentukan dari kualitas barang atau jasa yang digunakan namun dilihat juga dari kepuasan seseorang dalam menggunakan merek terkenal. Tidak jarang dalam kehidupan sosial masyarakat ada

---

*Hak Merek dan Indikasi Geografis*". (Skripsi Program Strata 1 Ilmu Hukum Universitas Muhammadiyah Surakarta, Surakarta, 2017), h. 3.

<sup>106</sup>Haris Munandar dan Sally Sitanggang, *Mengenal Hak Kekayaan Intelektual, Hak Cipta, Paten, Merek dan Seluk-beluknya*, (Jakarta: Erlangga, 2008), h. 51.

<sup>107</sup>Tim Lidsey, ed. *Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar*, (Bandung: PT Alumni, 2006), h. 131.

<sup>108</sup>Tommy Hendra Purwaka, *Perlindungan Merek*, (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2018), h. 13.



anggapan penggunaan merek barang atau jasa menunjukkan status sosial pemakai merek. Keadaan seperti ini yang dimanfaatkan oleh pengusaha yang tidak bertanggung jawab, sehingga banyak konsumen yang tertipu dengan menggunakan merek yang sama tetapi dengan kualitas yang berbeda.<sup>109</sup> Penggunaan merek tanpa izin akan merugikan pemilik atau pemegang merek yang telah terdaftar, serta merugikan “*brand image*” yang telah berhasil dirintis oleh pemilik atau pemegang merek.

Menurut Kevin Lane Keller, konsep merek berguna sebagai:

- a. Merek sebagai tanda pengenal untuk membedakan hasil produksi yang dihasilkan seseorang atau badan hukum dengan produksi orang lain atau badan hukum lainnya.
- b. Merek sebagai alat promosi, sehingga mempromosikan hasil produksinya cukup dengan menyebutkan mereknya.
- c. Merek sebagai jaminan atas mutu barangnya.
- d. Merek dapat menunjukkan asal barang/jasa dihasilkan.

## 5. Hak Merek

Hak Merek merupakan bagian dari Hak Kekayaan Intelektual, selanjutnya disingkat sebagai HAKI yang merupakan hak kebendaan, hak atas sesuatu benda yang bersumber dari hasil kerja otak,<sup>110</sup> hasil kerja rasio. HAKI merupakan bentuk perlindungan, yang didalamnya terdapat perlindungan hak merek. Merek menurut Pasal 1e Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016, Hak atas Merek merupakan Hak eksklusif yang dimiliki

<sup>109</sup> Aulia Muthiah, *Aspek Hukum Dagang dan Pelaksanannya di Indonesia*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2016), h. 158.

<sup>110</sup> Mahadi, *Hak Milik Immtaeril*, (Jakarta: Bina Cipta, 1985), h. 4.

pemilik merek terdaftar untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri Merek tersebut atau dapat memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya, hak tersebut diberikan oleh negara kepada pemilik Merek. Perlindungan hukum bagi pemegang merek yang sah dimaksudkan untuk memberikan perlindungan hukum bagi pemegang merek agar pihak lain tidak dapat menggunakan tanda yang sama atau mirip dengan yang dimilikinya untuk barang yang sama atau hampir sama tanpa izin pemegang merek.<sup>111</sup>

Merek sebagai Hak Atas Kekayaan Intelektual sebagai tanda untuk mengidentifikasikan asal barang dan jasa (*an indication origin*) dari suatu perusahaan dengan barang dan jasa perusahaan lain. Menurut Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 Pasal 2c, Merek yang dilindungi terdiri atas tanda berupa logo, gambar, nama, huruf, kata, angka, susunan warna, dalam wujud dua dimensi dan/atau tiga dimensi, hologram, suara, atau kombinasi dari dua atau lebih yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa, unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa.<sup>112</sup>

---

<sup>111</sup>Pasal 1e UU No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.

<sup>112</sup>Pasal 2c UU No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.

## 6. Macam-macam Merek

Sebagaimana halnya Konversi Paris, UU Merek juga mengatur lingkup merek dalam dua golongan atau macam merek, yaitu:<sup>113</sup>

### a. Merek Dagang

Merek dagang merupakan suatu cara untuk membedakan barang-barang sejenis dengan barang lainnya yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum.

### b. Merek Jasa

Merek jasa merupakan suatu cara untuk membedakan jasa-jasa sejenis dengan jasa-jasa lainnya yang digunakan pada jasa yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum.

Dalam Undang-undang merek, selain merek dagang dan jasa, juga terdapat penjelasan mengenai merek kolektif sebagaimana dijelaskan dalam Pasal 1d Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016, merek kolektif adalah merek yang digunakan oleh beberapa orang atau badan hukum secara bersama-sama untuk membedakan dengan barang dan/atau jasa sejenis lainnya pada barang dan/atau jasa dengan karakteristik yang sama mengenai ciri umum, sifat dan mutu barang atau jasa serta pengawasannya yang akan diperdagangkan.<sup>114</sup>

---

<sup>113</sup>Ridwan Khairandy, *Pokok-Pokok Hukum Dagang Indonesia*, (Yogyakarta: FH UII Press, 2014), h. 440.

<sup>114</sup>Pasal 1d UU No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Dalam *Black's Law Dictionary* merek kolektif didefinisikan sebagai merek yang dimiliki oleh suatu organisasi, merek digunakan oleh anggota mereka untuk mengidentifikasikan diri mereka dengan tingkat kualitas dan akurasi, asal geografis atau karakteristik lain yang ditetapkan oleh organisasi. Merek kolektif berarti merek dagang atau merek jasa yang digunakan oleh anggota dari suatu koperasi, suatu asosiasi atau kelompok kolektif lainnya atau organisasi atau merek dimana koperasi tersebut, asosiasi atau kelompok lain tersebut memiliki bonafiditas merek secara sengaja untuk menggunakannya dalam perdagangan dan menerapkan pendaftaran atas prinsip Pasalnya berdasarkan Undang-undang merek dan termasuk merek mengidentifikasikan keanggotaan dalam kelompok, dalam suatu asosiasi atau organisasinya.<sup>115</sup>

Merek kolektif bukanlah macam merek tersendiri. Pada dasarnya, merek kolektif juga merupakan merek dagang atau merek jasa, adapun yang menjadikannya sebagai merek kolektif hanyalah sifat penggunaan sejak awal terkait pada peraturan yang dibuat untuk itu.<sup>116</sup>

## 7. Pendaftaran Merek

Pendaftaran merek adalah pendaftaran agar merek terdaftar mempunyai perlindungan hukum. Menurut wawancara yang dilakukan Kementrian Hukum dan Hak Asasi Manusia Lampung, Pendaftaran merek dapat diajukan, antara lain:

---

<sup>115</sup>Herdin Rahmat Septianto, “*Analisis Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Hak Merek Home Industries Alat Musik Gitar Menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2012 Tentang Hak Merek dan Indikasi Geografis*”. (Skripsi Program Strata 1 Ilmu Hukum Universitas Muhammadiyah Surakarta, Surakarta, 2017), h. 3.

<sup>116</sup>Ridwan Khairandy, *Op.Cit.*, h. 441.

- a. Pendaftaran merek yang dilakukan oleh orang (*persoon*)
- b. Pendaftaran merek yang dilakukan oleh badan hukum (*recht persoon*)
- c. Pendaftaran merek yang dilakukan oleh beberapa orang atau badan hukum (pemilikan bersama)

Dalam pendaftaran merek dua sistem yang dianut yaitu sistem deklaratif dan sistem konstitutif (*atributif*). Undang-undang Merek Tahun 2001 dalam sistem pendaftarannya menganut sistem konstitutif, sama dengan Undang-undang sebelumnya yakni Undang-undang No. 19 Tahun 1992 dan Undang-undang No. 14 Tahun 1997. Hal ini adalah perubahan yang mendasar dalam Undang-undang Merek Indonesia, yang semula menganut sistem deklaratif yaitu pada Undang-undang No. 21 Tahun 1961.<sup>117</sup>

Fungsi Pendaftaran Merek menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 diantaranya:

- a. Merek sebagai alat bukti bagi pemilik yang berhak atas merek yang didaftarkan.
- b. Merek sebagai landasan penolakan yang dimohonkan pendaftaran oleh orang lain untuk barang/jasa sejenis terhadap merek yang sama keseluruhan atau sama pada pokoknya.
- c. Merek sebagai dasar untuk mencegah orang lain memakai merek yang sama keseluruhan atau sama pada pokoknya dalam peredaran untuk barang/jasa sejenis.

---

<sup>117</sup>OK. Saidin, *Op.Cit.*, h. 362.

Merek juga memberikan jaminan nilai atau kualitas dari barang atau jasa yang bersangkutan.<sup>118</sup> Hal itu tidak hanya berguna bagi produsen merek tetapi berguna bagi pemilik merek tersebut, tetapi juga memberikan perlindungan dan jaminan mutu barang kepada konsumen.

Prosedur Permohonan Pendaftaran Merek berdasarkan Undang-Undang Merek No. 20 Tahun 2016, yaitu:

- a. Permohonan pendaftaran Merek dapat diajukan oleh pemohon atau kuasanya kepada menteri secara elektronik atau non-elektronik dengan cara mengisi formulir yang telah disediakan dalam bahasa Indonesia dan diketik rangkap 2 rangkap dengan menggunakan formulir permohonan yang telah disediakan, permohonan tersebut memuat:
  - 1) Tanggal, bulan dan tahun permohonan;<sup>119</sup>
  - 2) Nama lengkap, kewarganegaraan, dan alamat pemohon;
  - 3) Nama lengkap dan alamat kuasa, apabila pemohon diajukan melalui kuasa;
  - 4) Warna-warna apabila Merek yang dimohonkan pendaftarannya menggunakan unsur-unsur warna;
  - 5) Nama negara dan tanggal permintaan pendaftaran Merek yang pertama kali dalam hal permohonan diajukan dengan hak prioritas;
  - 6) Kelas barang darr/atau kelas jasa serta uraian jenis barang darr/atau jenis jasa.

---

<sup>118</sup> Anne Gunawati, *Perlindungan Merek Terkenal Barang dan Jasa Tidak Sejenis Terhadap Persaingan Usaha Tidak Sehat*, (Bandung: PT Alumni, 2015), h. 102.

<sup>119</sup> Pasal 1d UU No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.



b. Pemohon pendaftaran merek wajib melampirkan:

Surat pernyataan di atas kertas bermeterai cukup yang ditanda tangani oleh pemohon (bukan kuasanya), yang menyatakan bahwa merek yang dimohonkan adalah miliknya:

- 1) Surat kuasa khusus, apabila permohonan pendaftaran diajukan melalui kuasa;
- 2) Salinan resmi akta pendirian badan hukum atau fotokopinya yang dilegalisasi oleh notaris, apabila pemohon badan hukum;
- 3) Bukti prioritas asli dan terjemahannya dalam Bahasa Indonesia, apabila permohonan dilakukan dengan hak prioritas;
- 4) Bukti pembayaran biaya permohonan sebesar Rp. 600.000,- (enam ratus ribu rupiah);
- 5) Fotokopi Kartu Tanda Penduduk, sedangkan bagi pemohon pendaftaran merek yang berasal dari luar negeri sesuai dengan ketentuan peraturan undang-undang harus memilih tempat kedudukan di Indonesia, biasanya dipilih pada alamat kuasa hukumnya;
- 6) Fotokopi peraturan pemilikan bersama apabila permohonan diajukan atas nama lebih dari satu orang (Merek kolektif);
- 7) 10 helai etiket Merek (ukuran maksimal 9x9 cm, minimal 2x2 cm);
- 8) surat pernyataan bahwa Merek yang dimintakan pendaftaran adalah miliknya.

Sebaiknya dilakukan terlebih dahulu pencarian bahwa hak merek yang akan diajukan atau didaftarkan belum pernah terdaftar di Dirjen HAKI sebelum mengajukan pendaftaran hak merek, setelah mendapat konfirmasi bahwa hak merek tersebut masih bisa didaftarkan, maka proses selanjutnya pendaftaran merek bisa dilakukan. Lama proses dari pendaftaran merek hingga terbitnya sertifikat hak merek (jika tidak ada keberatan dari pihak lain) adalah sekitar 2 -3 tahun.

### **Hal-Hal yang Menyebabkan Tidak Dapat Didaftarkan Sebagai Merek**

Menurut Undang-undang Merek Indonesia terdapat hal-hal yang tidak dapat didaftarkan sebagai merek adalah:<sup>120</sup>

- a. Merek yang permohonannya diajukan atas dasar itikad tidak baik (Pasal 4).
- b. Merek yang bertentangan dengan moral, perundang-undangan dan ketertiban umum (Pasal 5 (a)).
- c. Merek yang tidak memiliki daya pembeda (Pasal 5b)).
- d. Tanda-tanda yang telah menjadi milik umum (Pasal 5 (c)), contohnya tengkorak dan tulang bersilang sebagai tanda bahaya.
- e. Merek yang semata-mata menyampaikan keterangan yang berhubungan dengan barang atau jasa (Pasal 5 (d)). Misalnya, “batu bata bahan bangunan” untuk menggambarkan perusahaan kontruksi yang khusus beroperasi dalam bidang bangunan dengan batu bata.<sup>121</sup>

<sup>120</sup>Tim Lidsey, ed. *Op.Cit.*, h. 134.

<sup>121</sup>*Ibid.*, h. 134-135.

Hal-hal yang menyebabkan suatu permohonan merek harus ditolak, antara lain:

- a. Mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhan dengan merek yang sudah terdaftar milik pihak lain dan digunakan dalam perdagangan barang atau jasa yang sama (Pasal 6 (1.a)).
- b. Mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhan dengan merek terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis (Pasal 6 (1.b)).
- c. Mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhan dengan indikasi geografis yang sudah dikenal (Pasal 6 (1.c)).
- d. Nama dan foto dari orang terkenal, tanpa izin darinya (Pasal 6 (3.a)).
- e. Lambang-lambang negara, bendera tanpa izin dari pemerintah (Pasal 6 (3.b)).
- f. Tanda atau cap atau stempel resmi tanpa persetujuan tertulis dari pihak berwenang (Pasal 6 (3.c)).

Pengaturan mengenai merek yang tidak dapat didaftarkan dan ditolak dijelaskan dalam Undang-undang merek terbaru, Undang-undang No. 20 Tahun 2016, antara lain pada Pasal 20 dan Pasal 21.

Pada Pasal 20 Undang-undang No. 20 Tahun 2016, Merek tidak dapat didaftar jika:

- a. Bertentangan dengan ideologi negara, peraturan perundang-undangan, moralitas, agama, kesusilaan, atau ketertiban umum;
- b. Sama dengan, berkaitan dengan, atau hanya menyebut barang dan/atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya;
- c. Memuat unsur yang dapat menyesatkan masyarakat tentang asal, kualitas, jenis, ukuran, macam, tujuan penggunaan barang dan/atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya atau merupakan nama varietas tanaman yang dilindungi untuk barang dan/atau jasa yang sejenis;
- d. Memuat keterangan yang tidak sesuai dengan kualitas, manfaat, atau khasiat dari barang dan/atau jasa yang diproduksi;

- e. Tidak memiliki daya pembeda; dan/atau
- f. Merupakan nama umum dan./atau lambang milik umum.

Pada Pasal 21 Undang- undang No. 20 Tahun 2016, Merek tidak dapat didaftar jika:<sup>122</sup>

- 1) Permohonan ditolak jika Merek tersebut mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan:
  - a) Merek terdaftar dimohonkan lebih dahulu oleh pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis atau milik pihak lain;
  - b) Merek terkenal milik pihak lain untuk barang dari/atau jasa sejenis;
  - c) Merek terkenal milik pihak lain untuk barang dari/atau jasa tidak sejenis yang memenuhi persyaratan tertentu; atau
  - d) Indikasi Geografis terdaftar.
- e) Permohonan ditolak jika Merek tersebut:
  - f) Menyerupai atau merupakan nama atau singkatan nama orang terkenal, foto, atau nama badan hukum yang dimiliki orang lain, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berhak;
  - g) Merupakan tiruan atau menyerupai nama atau singkatan nama, bendera, lambang atau simbol atau emblem suatu negara, atau lembaga nasional maupun internasional, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang; atau

---

<sup>122</sup>Pasal 21 UU No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.

- h) Merupakan tiruan atau menyerupai tanda atau cap atau stempel resmi yang digunakan oleh negara atau lembaga Pemerintah, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang.
- 2) Permohonan ditolak jika diajukan oleh Pemohon yang beriktikad tidak baik.
- 3) Ketentuan lebih lanjut mengenai penolakan Permohonan Merek sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a sampai dengan huruf c diatur dengan Peraturan Menteri.

#### **8. Jangka Waktu Pelindungan Merek**

Merek terdaftar memperoleh perlindungan hukum dari negara untuk jangka waktu 10 tahun sejak tanggal penerimaan permohonan pendaftaran. Merek yang bersangkutan memiliki perlindungan dan jangka waktu perlindungan itu dapat diperpanjang.

- a. Merek terdaftar mendapat perlindungan hukum untuk jangka waktu 10 tahun sejak tanggal penerimaan dan jangka waktu ini dapat diperpanjang untuk masa yang tidak ditentukan selama 10 tahun dengan pembayaran biaya.<sup>123</sup>
- b. Permohonan perpanjangan merek dapat diajukan secara tertulis oleh pemilik merek atau kuasanya dalam jangka waktu 12 bulan sebelum jangka waktu perlindungan merek terdaftar tersebut berakhir.
- c. Merek akan diperpanjang masa berlakunya hanya jika pemilik masih memakai merek tersebut dalam perdagangan barang dan/atau jasa.

---

<sup>123</sup>Tim Lidsey, ed. *Op.Cit.*, h. 144.

Pengaturan mengenai jangka waktu perlindungan dan perpanjangan merek terdaftar dijelaskan dalam Undang-undang merek terbaru, Undang-undang No. 20 Tahun 2016, antara lain pada Pasal 35 sampai dengan Pasal 40.

Pada Pasal 35 Undang-undang No. 20 Tahun 2016, jangka waktu perlindungan merek dan perpanjangan merek terdaftar antara lain:<sup>124</sup>

- 1) Merek terdaftar mendapat perlindungan hukum untuk jangka waktu 10 (sepuluh) tahun sejak Tanggal Penerimaan.
- 2) Jangka waktu perlindungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat diperpanjang untuk jangka waktu yang sama.
- 3) Permohonan perpanjangan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) diajukan secara elektronik atau non-elektronik dalam bahasa Indonesia oleh pemilik Merek atau Kuasanya dalam jangka waktu 6 (enam) bulan sebelum berakhirnya jangka waktu perlindungan bagi Merek terdaftar tersebut dengan dikenai biaya.
- 4) Permohonan perpanjangan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) masih dapat diajukan dalam jangka waktu paling lama 6 (enam) bulan setelah berakhirnya jangka waktu perlindungan Merek terdaftar tersebut dengan dikenai biaya dan denda sebesar biaya perpanjangan.

Pada Pasal 36 Undang-undang No. 20 Tahun 2016, permohonan perpanjangan disetujui jika melampirkan surat pernyataan tentang:<sup>125</sup>

---

<sup>124</sup> Pasal 35 UU No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.



- a. Merek yang bersangkutan masih digunakan pada barang atau jasa sebagaimana dicantumkan dalam sertifikat Merek tersebut; dan
- b. Barang atau jasa sebagaimana dimaksud dalam huruf a masih diproduksi dan atau diperdagangkan.

Pasal 37 Undang-undang No. 20 Tahun 2016, permohonan perpanjangan ditolak antara lain:<sup>126</sup>

- 1) Permohonan perpanjangan ditolak jika tidak memenuhi ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 36.
- 2) Penolakan permohonan perpanjangan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diberitahukan secara tertulis kepada pemilik Merek atau Kuasanya dengan menyebutkan alasannya.
- 3) Keberatan terhadap penolakan permohonan perpanjangan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dapat diajukan permohonan banding kepada Komisi Banding Merek.
- 4) Ketentuan mengenai permohonan banding sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 sampai dengan Pasal 30 berlaku secara mutatis mutandis terhadap penolakan permohonan perpanjangan.

Pasal 38 Undang-undang No. 20 Tahun 2016, perpanjangan merek terdaftar antara lain:<sup>127</sup>

- 1) Perpanjangan Merek terdaftar yang berupa lambang atau logo perusahaan atau badan hukum, tidak memerlukan prosedur perpanjangan merek sebagaimana dimaksud dalam Pasal 35 sampai

---

<sup>125</sup> Pasal 36 UU No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.

<sup>126</sup> Pasal 37 UU No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.

<sup>127</sup> Pasal 38 UU No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.

dengan Pasal 37, akan tetapi cukup hanya dengan melakukan pembayaran biaya perpanjangan Merek terdaftar dalam jangka waktu 6 (enam) bulan sebelum berakhirnya jangka waktu perlindungan bagi Merek terdaftar, sepanjang tidak terjadi sengketa terhadap perpanjangan Merek dimaksud.

- 2) Dalam hal terjadi sengketa sebagaimana dimaksud pada ayat (1), setelah memiliki putusan yang berkekuatan hukum tetap penetapan pendaftaran permohonan perpanjangan Merek dapat ditetapkan.

Pasal 39 Undang-undang No. 20 Tahun 2016, perpanjangan jangka waktu perlindungan merek terdaftar antara lain:<sup>128</sup>

- 1) Perpanjangan jangka waktu perlindungan Merek terdaftar dicatat dan diumumkan dalam Berita Resmi Merek.
- 2) Perpanjangan jangka waktu perlindungan Merek terdaftar sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diberitahukan secara tertulis kepada pemilik Merek atau Kuasanya.
- 3) Ketentuan lebih lanjut mengenai syarat dan tata cara permohonan perpanjangan jangka waktu perlindungan Merek terdaftar sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) diatur dengan Peraturan Menteri.

Pasal 40 Undang-undang No. 20 Tahun 2016, mengenai syarat dan tata cara permohonan pencatatan perubahan nama antara lain:<sup>129</sup>

---

<sup>128</sup>Pasal 39 UU No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.

<sup>129</sup>Pasal 40 UU No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.

- 1) Permohonan pencatatan perubahan nama dan/atau alamat pemilik Merek terdaftar diajukan kepada Menteri dengan dikenai biaya untuk dicatat dengan disertai salinan yang sah mengenai bukti perubahan tersebut.
- 2) Perubahan nama dan/atau alamat sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat dilakukan pada saat proses Permohonan pendaftaran Merek.
- 3) Perubahan nama dan/atau alamat pemilik Merek sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diumumkan dalam Berita Resmi Merek.
- 4) Ketentuan lebih lanjut mengenai syarat dan tata cara permohonan pencatatan perubahan nama dan/atau alamat sebagaimana dimaksud pada ayat (1) sampai dengan ayat (3) diatur dengan Peraturan Menteri.

Permohonan perpanjangan merek disetujui:

- a) Permohonan perpanjangan merek disetujui jika merek yang bersangkutan masih digunakan pada barang/jasa sebagaimana yang disebut pada merek tersebut.
- b) Permohonan perpanjangan merek disetujui jika barang atau jasa dari merek tersebut masih diproduksi dan diperdagangkan.

Perpanjangan pendaftaran merek ditolak:

- a) Permohonan pendaftaran merek ditolak apabila permohonan perpanjangan di ajukan kurang dari 12 bulan dari masa berakhirnya perlindungan hukum merek tersebut.

- b) Permohonan pendaftaran merek ditolak apabila mempunyai persamaan pada pokok atau merek terkenal milik orang lain.

Penghapusan pendaftaran merek dari daftar umum merek dapat dilakukan atas prakarsa direktorat jendral HAKI berdasarkan permohonan pemilik merek yang bersangkutan. Penghapusan pendaftaran merek atas prakarsa direktorat jendral HAKI dapat dilakukan dengan ketentuan sebagai berikut:

- (1) Merek terdaftar tidak digunakan selama 3 tahun berturut-turut dalam perdagangan barang dan/atau jasa sejak tanggal pendaftaran atau pemakaian terakhir, kecuali apabila ada alasan yang dapat diterima oleh direktorat jendral HAKI.

- (2) Merek terdaftar digunakan untuk jenis barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan jenis barang atau jasa yang dimohonkan pendaftaran merek, termasuk pemakaian merek yang tidak sesuai dengan merek yang terdaftar.

Dapat dipahami bahwa penghapusan pendaftaran merek dicatat dalam daftar umum dan diumumkan dalam berita resmi merek. Penghapusan merek dan merek kolektif berdasarkan alasan diatas dapat diajukan oleh pihak ketiga dalam bentuk gugatan kepada pengadilan niaga dan setiap putusan pengadilan niaga hanya dapat diajukan kasasi atas putusan tersebut.

## 9. Pengertian Indikasi Geografis

Indikasi geografis adalah suatu tanda yang menunjukkan daerah asal suatu barang dan/atau produk yang karena faktor lingkungan geografis termasuk faktor alam, faktor manusia atau kombinasi dari kedua faktor tersebut memberikan nama baik, karakteristik dan kualitas tertentu pada barang dan/atau produk yang dihasilkan.<sup>130</sup> Indikasi Geografis adalah suatu penandaan asal barang (*a marker of origin for good*) yang biasa berupa indikasi langsung yang mengidentifikasikan asal barang, misalnya: “*made in England*”, “*made in China*”, “*made in Vietnam*” dan indikasi tidak langsung yang mengidentifikasikan karakteristik asal barang tersebut meskipun tidak langsung menyebutkan asal barang tersebut, misalnya: Keju “*Mozzarella*” (Italia), “*Feta*” (Yunani) dan “*Camembert*” (Perancis).<sup>131</sup> Indikasi geografis memiliki dua fungsi, yaitu untuk melindungi konsumen dan di sisi lain untuk melindungi *goodwill* bagi mereka yang berhak atas indikasi geografis tersebut.<sup>132</sup>

Tanda yang digunakan sebagai Indikasi Geografis dapat berupa etiket atau label yang dilekatkan pada barang yang dihasilkan. Tanda yang digunakan dapat berupa nama tempat, wilayah atau daerah, gambar, kata, huruf, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut. Indikasi asal adalah suatu tanda yang memenuhi ketentuan tanda indikasi geografis yang tidak didaftarkan atau semata-mata menunjukkan asal suatu barang atau jasa.

<sup>130</sup>Pasal 1f UU No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.

<sup>131</sup>Ani Nuraeni, “*Perlindungan Hukum Terhadap Pemegang Sertifikat Indikasi Geografis Salak Pondok Sleman*”. (Skripsi Program Strata 1 Ilmu Hukum Universitas Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2016), h. 1.

<sup>132</sup>Rahmi Jened, *Op.Cit.*, h. 193.

Pemakai Indikasi Geografis memiliki cara untuk mengolah dan/atau memasarkan barang dan/atau produk Indikasi Geografis. Pihak yang mendapat izin dari pemegang Hak atas Indikasi Geografis yang terdaftar dapat memakai hak indikasi geografis.

a. Permohonan Indikasi geografis dapat diajukan oleh:

1) Pemohonan indikasi geografis oleh lembaga yang mewakili masyarakat di daerah yang memproduksi barang yang bersangkutan, terdiri atas:

a) Pemohonan indikasi geografis oleh pihak yang mengusahakan barang yang merupakan hasil alam atau kekayaan alam;

b) Pemohonan indikasi geografis oleh produsen barang hasil pertanian;

c) Pemohonan indikasi geografis oleh pembuat barang-barang kerajinan tangan atau hasil industri; atau

2) Pemohonan indikasi geografis oleh pedagang yang menjual barang tersebut, lembaga yang diberi kewenangan untuk itu; atau

3) Pemohonan indikasi geografis oleh kelompok konsumen barang tersebut.

Manfaat perlindungan Indikasi Geografis adalah:

a. Memperjelas identifikasi produk dan menetapkan standar produksi dan proses diantara para pemangku kepentingan Indikasi Geografis;

b. Menghindari praktek persaingan curang, memberikan perlindungan konsumen dari penyalahgunaan reputasi Indikasi Geografis;



- c. Menjamin kualitas produk Indikasi Geografis sebagai produk asli sehingga memberikan kepercayaan pada konsumen;
- d. Membina produsen lokal, mendukung koordinasi, dan memperkuat organisasi sesama pemegang hak dalam rangka menciptakan, menyediakan, dan memperkuat citra nama dan reputasi produk;
- e. Meningkatnya produksi dikarenakan di dalam Indikasi Geografis dijelaskan dengan rinci tentang produk berkarakter khas dan unik;
- f. Reputasi suatu kawasan Indikasi Geografis akan ikut terangkat, selain itu Indikasi Geografis juga dapat melestarikan keindahan alam, pengetahuan tradisional, serta sumberdaya hayati, hal ini tentunya akan berdampak pada pengembangan agrowisata.

Permohonan Indikasi Geografis tidak dapat didaftar jika:

- a. Bertentangan dengan ideologi negara, peraturan perundang-undangan, moralitas, agama, kesusilaan, dan ketertiban umum;
- b. Menyesatkan atau memperdaya masyarakat mengenai reputasi, kualitas, karakteristik, asal sumber, proses pembuatan barang, dan atau kegunaannya; dan
- c. Merupakan nama yang telah digunakan sebagai varietas tanaman dan digunakan bagi varietas tanaman yang sejenis, kecuali ada penambahan padanan kata yang menunjukkan faktor indikasi geografis yang sejenis.

## 10. Hak Indikasi Geografis

Perlindungan Indikasi Geografis didasarkan pada hukum nasional yang dipakai masing masing negara. Dalam perlindungan indikasi geografis ada negara yang menganut perlindungan tanpa adanya pendaftaran indikasi geografis dan ada pula yang memakai sistem pendaftaran indikasi geografis.<sup>133</sup> Di Indonesia, perlindungan indikasi geografis diberikan berdasarkan pendaftaran indikasi geografis. Pasal 56 Ayat (2) Undang-undang No. 15/2001 menentukan bahwa yang dapat mengajukan permohonan pendaftaran Indikasi Geografis adalah:

- a. Pendaftaran indikasi geografis oleh lembaga yang mewakili masyarakat di daerah yang memproduksi barang yang bersangkutan yang terdiri dari:
  - 1) Pendaftaran indikasi geografis oleh pihak yang mengusahakan barang yang merupakan hasil alam atau kekayaan alam;
  - 2) Pendaftaran geografis oleh produsen barang hasil pertanian;
  - 3) Pendaftaran indikasi geografis oleh pembuat barang kerajinan tangan atau hasil industri;
  - 4) Pendaftaran indikasi geografis oleh pedagang yang menjual barang barang tersebut;
- b. Pendaftaran indikasi geografis oleh lembaga yang diberi wewenang untuk itu;

---

<sup>133</sup>Tim Lidsey, ed. *Loc.Cit.*, h. 144.

- c. Pendaftaran indikasi geografis oleh kelompok konsumen barang barang tersebut.

Tanda yang digunakan sebagai Indikasi Geografis dapat berupa etiket atau label yang dilekatkan pada barang yang dihasilkan, yang dapat berupa nama tempat, daerah atau wilayah, kata kata, gambar, huruf atau kombinasi dari unsur unsur tersebut. Indikasi Geografis yang terdaftar mendapat perlindungan hukum, selama ciri dan atau kualitas yang menjadi dasar bagi diberikannya perlindungan Indikasi Geografis tersebut masih ada (Pasal 56 Ayat 7 Undang-undang No. 15/2001).

Indikasi geografis mendapatkan perlindungan hukum dari negara jika permohonan atas perlindungannya diajukan oleh asosiasi yang mewakili produsen/pelaku usaha yang berasal dari daerah yang hendak didaftarkan sebagai indikasi geografis. Lembaga tersebut harus terdiri dari orang orang yang memproduksi barang barang dari kekayaan alam yang terdapat di daerah tersebut atau produsen produk pertanian, pembuat kerajinan tangan dan /atau pedagang yang menjual barang barang tersebut.

Menurut Pasal 5 Peraturan Pemerintah No. 51 Tahun 2007, cara untuk dapat mendaftarkan suatu indikasi geografis adalah sebagai berikut:

- a. Permohonan diajukan secara tertulis dalam bahasa Indonesia oleh pemohon atau melalui kuasanya dengan mengisi formulir dalam rangkap 3 (tiga) kepada Direktorat Jenderal.
- b. Bentuk dan isi formulir permohonan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) ditetapkan oleh Direktorat Jenderal.

c. Pemohon sebagaimana dimaksud pada ayat (1) terdiri atas:

- 1) Lembaga yang mewakili masyarakat di daerah yang memproduksi barang yang bersangkutan, ter diri atas:
  - a) Pihak yang mengusahakan barang hasil alam atau kekayaan alam;
  - b) Produsen barang hasil pertanian;
  - c) Pembuat barang hasil kerajinan tangan atau barang hasil industry; atau:
  - d) Pedagang yang menjual barang tersebut;
- 2) Lembaga yang diberi wewenang untuk itu; atau
- 3) Kelompok konsumen barang tersebut.

Selanjutnya dalam Pasal 11 Peraturan Pemerintah No. 51 Tahun 2007, disebutkan:

- a) Direktorat Jenderal mengumumkan keputusan tersebut dalam Berita Resmi Indikasi Geografis dalam jangka waktu paling lama 10 hari sejak tanggal disetujuinya indikasi geografis untuk didaftar maupun ditolak.
- b) Pengumuman dalam Berita Resmi Indikasi Geografis memuat nomor permohonan pendaftar, nama lengkap dan alamat pemohon pendaftar, nama dan alamat kuasanya pendaftar, tanggal penerimaan permohonan, dindikasi geografis dimaksud, dan abstrak dari Buku Persyaratan dalam hal indikasi geografis

disetujui untuk didaftar sebagaimana yang dimaksud pada ayat (1).<sup>134</sup>

- c) Pengumuman dalam Berita Resmi Indikasi Geografis memuat nomor permohonan pendaftar, nama lengkap dan alamat pemohon pendaftar, nama dan alamat kuasanya pendaftar, dan nama indikasi geografis yang dimohonkan pendaftarannya dalam hal indikasi geografis ditolak sebagaimana yang dimaksud pada ayat (1).

- d) Pengumuman sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dilakukan selama 3 (tiga) bulan.

Pengaturan jangka waktu perlindungan hukum yang diberikan dari negara terhadap suatu indikasi geografis tertera dalam Pasal 56 ayat (7) dan dalam bahasa yang sama juga dinyatakan dalam Pasal 4 Peraturan Pemerintah No. 51 Tahun 2007, indikasi geografis terdaftar mendapat perlindungan hukum yang diberikan oleh negara berlangsung selama kualitas dan atau ciri yang dijadikan dasar bagi diberikannya perlindungan atas indikasi geografis tersebut masih ada.

## **C. Perlindungan Hukum Terhadap Hak Merek dan Indikasi Geografis**

### **1. Preventif**

Perlindungan hukum preventif di sini ialah perlindungan sebelum terjadi tindak pidana atau pelanggaran hukum terhadap merek dan merek

---

<sup>134</sup>Tommy Hendra Purwaka, *Loc.Cit.*, h. 13.

terkenal. Dalam hal ini sangat bergantung pada pemilik merek untuk mendaftarkan mereknya agar mendapat perlindungan hukum.<sup>135</sup>

Dalam Pasal 3 Undang-undang Nomor 15 tahun 2001 (untuk selanjutnya peneliti sebut Undang-Undang Merek) dinyatakan bahwa hak atas merek merupakan hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik Merek untuk menggunakan merek tersebut untuk jangka tertentu terhadap merek yang terdaftar dalam daftar umum merek. Merek tersebut dapat digunakan sendiri oleh pemilik merek atau memberikan izin kepada pihak lain. Dalam Pasal 28 Undang-undang Merek menyatakan bahwa merek terdaftar mendapat perlindungan hukum untuk jangka waktu 10 (sepuluh) tahun dan berlaku surut sejak tanggal penerimaan pendaftaran merek (*filling date*) yang bersangkutan dan dapat diperpanjang. Dengan demikian, apabila seseorang/badan hukum ingin agar mereknya mendapatkan perlindungan hukum berdasarkan hukum merek, maka merek yang bersangkutan harus terdaftar terlebih dahulu. Suatu permohonan pendaftaran merek akan diterima pendaftarannya apabila telah memenuhi persyaratan baik yang bersifat formalitas maupun substantif yang telah ditentukan Undang-undang Merek. Syarat penting yang sekaligus menjadi ciri utama suatu merek ialah adanya daya pembeda (*distinctiveness*) yang cukup. Merek yang dipakai haruslah sedemikian rupa sehingga mempunyai cukup kekuatan untuk membedakan barang atau jasa suatu perusahaan dengan barang atau jasa produksi perusahaan lainnya. Oleh karena itu, Pasal

---

<sup>135</sup>Rahmi Jened, *Op.Cit.* h. 193.

5 Undang-undang Merek menentukan bahwa merek tidak dapat didaftar apabila mengandung salah satu unsur di bawah ini :<sup>136</sup>

- a. Bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, moralitas agama, kesusilaan, atau ketertiban umum kesusilaan dan ketertiban umum;
- b. Tidak memiliki daya pembeda;
- c. Telah menjadi milik umum; atau
- d. Merupakan keterangan atau berkaitan dengan barang atau jasa yang dimohonkan pendaftaran.

Persyaratan yang ditentukan Pasal 5 tersebut harus ditambah persyaratan yang ditentukan Pasal 6.

Dalam pasal 6 ayat (1) terdapat pernyataan bahwa permohonan pendaftaran merek harus ditolak atau tidak dapat diterima oleh Direktorat Jenderal apabila merek tersebut:<sup>137</sup>

- 1) Memiliki persamaan terhadap pokoknya atau keseluruhannya dengan merek yang terdaftar milik pihak lain yang sudah terdaftar lebih dahulu untuk barang dan/atau jasa yang sejenis;
- 2) Memiliki persamaan terhadap pokoknya atau keseluruhannya dengan merek yang sudah terkenal pihak lain untuk barang dan/atau jasa yang sejenis;
- 3) Memiliki persamaan terhadap pokoknya atau keseluruhannya dengan indikasi geografis yang sudah terdaftar atau dikenal.

<sup>136</sup>OK. Saidin, *Loc. Cit.*, h. 362.

<sup>137</sup>Cheverton, Peter, *Kunci Sukses Manajemen Merek*, (Jakarta: PT. Gramedia, 2002), h.



Pada Pasal 6 ayat (3) Undang-undang Merek menambahkan lagi bahwa pendaftaran merek juga harus ditolak oleh Direktorat Jenderal Merek (Kantor Merek) apabila merek tersebut:<sup>138</sup>

- a) Menyerupai atau merupakan nama orang terkenal, foto dan nama badan hukum yang dimiliki orang lain, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berhak;
- b) Menyerupai nama atau merupakan tiruan, singkatan nama, bendera, simbol atau lambang dari negara atau lembaga nasional maupun internasional, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang;
- c) Menyerupai atau merupakan tiruan tanda atau stempel atau cap resmi yang digunakan negara atau lembaga pemerintah, kecuali atas persetujuan dari pihak yang berwenang.

Unsur paling penting dalam Pasal 6 ayat (1) huruf 9a UU Merek tersebut di muka ialah persamaan pada keseluruhan., persamaan pada pokoknya dan merek pihak lain yang telah terdaftar lebih dahulu, serta merek terkenal.<sup>139</sup>

Persamaan pada keseluruhannya yaitu persamaan keseluruhan elemen. Persamaan yang demikian sesuai dengan ajaran doktrin *entires similar* atau sama keseluruhan elemen. Dapat disimpulkan merek yang dimintakan pendaftarannya atau reproduksi oleh merek orang lain. Agar suatu merek

<sup>138</sup>Miranda Risang Ayu Palar, ed. *Kekayaan Intelektual Pengantar Indikasi Geografis*, (Bandung: PT. Alumni, 2018), h. 25

<sup>139</sup>Tommy Hendra Purwaka, *Loc.Cit.*, h. 13.

dapat disebut sebagai tiruan atau reproduksi merek orang lain sehingga dikualifikasi mengandung persamaan secara keseluruhan, paling tidak harus dipenuhi syarat-syarat sebagai berikut:

- (1) Terdapat persamaan pada elemen secara keseluruhan;
- (2) Persamaan jenis atau produksi kelas barang atau jasa;
- (3) Persamaan dalam wilayah dan sasaran pasar;
- (4) Persamaan cara dan perilaku pemakaian; dan
- (5) Persamaan cara pemeliharaan.<sup>140</sup>

Suatu merek dianggap mempunyai persamaan pada pokoknya dengan merek pihak lain ditentukan berdasarkan patokan yang lebih lentur dibanding dengan doktrin *entire similar*. Persamaan ini pada pokoknya dianggap berwujud apabila merek tersebut memiliki kemiripan atau serupa (*identical*), hampir mirip (*nearly resembles*) dengan merek orang lain. Kemiripan tersebut dapat didasarkan pada:

- (a) Kemiripan persamaan gambar;
- (b) Hampir sama atau hampir mirip dengan susunan kata, warna, atau bunyi;
- (c) Faktor yang paling utama, pemakaian merek dapat menimbulkan kebingungan (*actual confusion*) atau dapat menyesatkan (*device*) masyarakat/konsumen. Seolah-olah merek tersebut dianggap memiliki kesamaan sumber produksi dari sumber asal geografis dengan barang milik orang lain (*likelyhood confusion*).

---

<sup>140</sup> Ani Nuraeni, “*Perlindungan Hukum Terhadap Pemegang Sertifikat Indikasi Geografis Salak Pondok Sleman*”. (Skripsi Program Strata 1 Ilmu Hukum Universitas Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2016), h. 4.

Menurut penjelasan Pasal 6 ayat (1) Undang-undang Merek yang dimaksud ‘sama pada pokoknya’ dengan merek terdaftar orang lain ialah adanya kesan yang sama, antara lain, mengenai bentuk, cara penempatan, cara penulisan atau kombinasi antara unsur-unsur maupun bunyi ucapan yang terdapat di dalam merek yang bersangkutan.

Berdasarkan Pasal 6 ayat (2) ketentuan sebagaimana diatur dalam Pasal 6 ayat (1) huruf (b) (merek terkenal) dapat pula diberlakukan terhadap barang atau jasa yang tidak sejenis sepanjang dipenuhi persyaratan tertentu yang ditetapkan lebih lanjut dengan Peraturan Pemerintah. Namun, sampai saat ini Peraturan Pemerintah yang dimaksud Pasal 6 ayat (2) tersebut belum ada.

Apabila permohonan pendaftaran merek sudah memenuhi persyaratan formalitas, persyaratan substantif, masa pengumuman, maka dapat diberikan sertifikat merek dan kemudian didaftarkan dalam daftar umum merek.

Pada saat diterimanya Sertifikat Merek dan didaftarkannya merek yang bersangkutan di dalam Daftar Umum Merek maka pemilik merek terdaftar tersebut memiliki hak eksklusif tersebut dapat berupa hak menikmati secara eksklusif untuk mengeksploitasi keuntungan (*exclusive financial exploitation*).

Perlindungan merek diberikan kepada pemelik merek terdaftar. Namun demikian, dimungkinkan pula perlindungan terhadap merek tidak

terdaftar dengan syarat bahwa merek tersebut termasuk dalam kategori merek terkenal.<sup>141</sup>

Berdasarkan uraian maka jelaslah bahwa pemilik merek terkenal akan memperoleh perlindungan hukum secara preventif dengan adanya berbagai persyaratan permohonan pendaftaran merek tersebut. Mekanisme perlindungan merek terkenal selain melalui inisiatif pemilik merek tersebut dapat juga ditempuh melalui penolakan oleh kantor merek terhadap permintaan pendaftaran merek yang sama pada pokoknya dengan merek terkenal. Dalam Undang-Undang Merek mekanisme perlindungan merek atas inisiatif pemilik merek dapat dilihat dalam ketentuan Pasal 68 ayat (2) yang apabila disimpulkan menyatakan bahwa pemilik merek tidak terdaftar dapat mengajukan gugatan pembatalan pendaftaran merek berdasarkan alasan dalam Pasal 4, 5, dan 6 setelah mengajukan permohonan kepada Direktorat Jenderal.<sup>142</sup>

## 2. Represif

Perlindungan hukum represif yang dimaksud di sini ialah perlindungan hukum terhadap merek manakala ada tindak pidana merek atau pelanggaran hak atas merek. Perlindungan hukum yang represif ini diberikan apabila telah terjadi pelanggaran hak merek (termasuk merek terkenal).<sup>143</sup>

<sup>141</sup>OK. Saidin, *Loc. Cit.*, h. 369.

<sup>142</sup>Rahmi Jened, *Loc. Cit.*, h. 193.

<sup>143</sup>Ani Nuraeni, "Perlindungan Hukum Terhadap Pemegang Sertifikat Indikasi Geografis Salak Pondok Sleman". (Skripsi Program Strata 1 Ilmu Hukum Universitas Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2016), h. 4.

Dalam hal ini peran lembaga peradilan dan aparat penegak hukum lainnya seperti kepolisian, penyidik pegawai negeri sipil (PPNS), dan kejaksaan sangat diperlukan. Pemilik merek terdaftar mendapat perlindungan hukum atas pelanggaran hak atas merek baik dalam wujud gugatan ganti rugi maupun berdasarkan tuntutan hukum pidana melalui aparat penegak hukum.<sup>144</sup>

Pasal 76 ayat (1) Undang-undang Merek memberikan hak kepada pemilik merek terdaftar untuk mengajukan gugatan terhadap pihak lain yang secara tanpa hak menggunakan merek barang dan atau jasa yang mempunyai kesamaan pada hal pokoknya atau keseluruhan pada barang atau jasa sejenis yaitu berupa:<sup>145</sup>

- a. Gugatan mengenai ganti rugi yang diakibatkan oleh penggunaan merek, dan/atau
- b. Penghentian semua tindakan yang berkaitan dengan penggunaan merek yang telah terdaftar tersebut.

Pada Pasal 27 tersebut membatasi pelanggaran merek hanya terhadap barang atau jasa sejenis saja. Gugatan tersebut menurut Pasal 76 ayat (2) harus diajukan melalui Pengadilan Niaga.

Menurut Pasal 78 Undang-undang Merek, atas permintaan pemilik merek atau penerima lisensi merek terdaftar selaku penggugat, selama masih dapat memerintahkan tergugat untuk menghentikan perdagangan barang atau jasa yang menggunakan merek secara tanpa hak tersebut. Disamping

<sup>144</sup>Tim Lidsey, ed. *Loc.Cit.*, h. 144.

<sup>145</sup>Miranda Risang Ayu Palar, ed. *Kekayaan Intelektual Pengantar Indikasi Geografis*, (Bandung: PT. Alumni, 2018), h. 25.

itu, Pasal 78 ayat (2) Undang-undang Merek menentukan, dalam hal tergugat dituntut pula menyalahkan barang yang menggunakan merek tanpa hak, hakim dapat memerintahkan bahwa nilai barang atau penyerahan tersebut dapat dilaksanakan setelah putusan pengadilan memiliki kekuatan hukum tetap.

Pemilik merek terdaftar selain mempunyai hak melakukan gugatan perdata dapat menyelesaikan sengketa melalui Arbitrase atau Alternatif Penyelesaian Sengketa. Perlindungan hukum lainnya dapat menggunakan ketentuan berdasarkan hukum pidana.<sup>146</sup>

Perlindungan hukum lainnya ialah berdasarkan ketentuan pidana Undang-undang Merek. Perlindungan hukum kepada pemilik berdasarkan ketentuan pidana Undang-undang Merek terdapat dalam Pasal 90, 91, 92, 93, 94, 95.

Pasal 90 Undang-undang Merek menegaskan barang siapa yang dengan sengaja dan tanpa hak yang diberikan pemilik merek terdaftar menggunakan merek yang sama pada keseluruhannya dengan merek terdaftar pihak lain untuk barang dan/atau jasa yang sejenis yang diproduksi dan/atau diperdagangkan tanpa izin, dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 tahun dan/atau denda paling banyak Rp 1.000.000.000,00. Dalam Pasal 91 memberikan ancaman pidana penjara paling lama 4 tahun dan/atau denda paling banyak Rp 800.000.000,00 bagi barang siapa yang sengaja dan tanpa hak menggunakan merek yang sama pada pokoknya dengan merek

---

<sup>146</sup> Ani Nuraeni, “*Perlindungan Hukum Terhadap Pemegang Sertifikat Indikasi Geografis Salak Pondok Sleman*”. (Skripsi Program Strata 1 Ilmu Hukum Universitas Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2016), h. 4.

terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa yang sejenis yang diproduksi dan atau diperdagangkan jjatau badan hukum lain. Dengan demikian, sanksi pidananya juga didasarkan pada pelanggaran pidananya dan pelanggaran merek terhadap barang atau jasa yang sejenis.

Pengaturan mengenai sanksi yang diatur Pasal 92 ayat (1, 2, 3) dan 93 Undang-undang Merek berkaitan dengan perluasan lingkup merek yang dilindungi yaitu “indikasi geografis” dan Indikasi Asal. Kedua pasal ini memberikan ancaman maksimal seperti yang diatur dalam Pasal 90 dan 91. Dalam Undang-Undang Merek 2001 tidak menyebutkan bahwa semua tindak pidana di atas di kategorikan sebagai kejahatan. Pengaturan ketentuan sanksi pidana lainnya dijumpai dalam Pasal 94 ayat (1) Undang-undang Merek yang mengatur bahwa barang siapa yang memperdagangkan barang dan/atau jasa yang merupakan hasil pelanggaran terhadap merek. Apabila pelanggaran tersebut diketahui atau dilaporkan bahwa barang atau jasa milik orang lain tersebut sebagaimana yang terdapat dalam Pasal 90, 91, 92, dan 93 denda paling banyak Rp 200.000.000,00 serta dipidana dengan pidana kurungan paling lama 1 tahun atau. Tindak pidana sebagaimana dimaksud Pasal 94 ayat (1) di atas dikategorikan sebagai pelanggaran.

Berdasarkan Pasal 90 sampai 94, yang termasuk pelanggaran merek ialah:

- a. Menggunakan merek yang sama pada keseluruhannya dengan merek yang terdaftar milik pihak lain untuk barang yang sama dan/atau jasa



yang sejenis yang diproduksi dan/atau diperdagangkan (Pasal 90 Undang-undang Merek);<sup>147</sup>

- b. Menggunakan merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya dengan merek yang sudah terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis yang diproduksi dan/atau diperdagangkan (Pasal 91 Undang-undang Merek);
- c. Menggunakan tanda yang mempunyai persamaan secara keseluruhan dengan indikasi geografis milik pihak lain untuk barang yang sama atau sejenis dengan barang yang terdaftar. (Pasal 92 ayat 1 Undang-undang Merek);
- d. Menggunakan tanda yang sama pada pokoknya dengan indikasi geografis milik pihak lain untuk barang yang sama atau sejenis dengan barang terdaftar (Pasal 92 ayat 2 Undang-undang Merek);
- e. Pencantuman kata yang menunjukkan bahwa barang atau jasa merupakan tiruan dari barang yang terdaftar dan dilindungi berdasarkan Indikasi Geografis ataupun pencantuman asal sebenarnya pada barang yang merupakan hasil pelanggaran (Pasal 92 ayat 3 Undang-undang Merek);
- f. Menggunakan tanda yang dilindungi oleh indikasi asal pada barang dan jasa sehingga dapat memperdaya atau menyesatkan masyarakat mengenai barang atau asal jasa tersebut (Pasal 93 Undang-undang Merek);

---

<sup>147</sup>Tommy Hendra Purwaka, *Loc.Cit.* h. 13.

- g. Memperdagangkan barang dan/atau jasa yang diketahui atau patut diketahui bahwa barang dan/atau jasa tersebut merupakan hasil pelanggaran. (Pasal 94 ayat 1 Undang-undang Merek).

Ketentuan pelanggaran merek di Indonesia tersebut sama dengan kasus yang terjadi di Jepang. Contoh kasus pelanggaran merek di Jepang, antara lain:

- a. Menggunakan merek yang identik atau yang mirip dengan merek yang sudah didaftarkan oleh pihak lain bagi barang-barang dan jasa yang identik atau mirip. Walaupun barang-barang tersebut adalah merupakan barang-barang asli yang diproduksi dan dijual oleh pemiliknya, tindakan menjual barang-barang tersebut yang dimasukkan ke dalam beberapa kantong, yang menunjukkan merek yang sama seperti merek yang sudah terdaftar pada kantong-kantong tersebut, dianggap, sebagai tindakan pelanggaran merek;
- b. Menggunakan barang-barang hasil pelanggaran merek untuk dijual walaupun barang-barang tersebut diproduksi oleh orang lain, memajangkannya di toko, menyimpannya di gudang untuk dijual, maka barang-barang yang mereknya sudah didaftarkan oleh orang lain tersebut telah digunakan merek atau kemasannya tanpa izin, dan lain-lain, dianggap melanggar merek.<sup>148</sup> Baik membeli atau menyimpan barang-barang tanpa mengetahui bahwa menjual barang-barang tersebut

---

<sup>148</sup>Rahmi Jened, *Loc. Cit.*, h. 193.

merupakan pelanggaran terhadap merek, maka tindakan tersebut tetap dianggap sebagai pelanggaran merek;

- c. Menjual atau menggunakan sebuah merek atau kontainer, dan lain-lain . yang merupakan merek yang digunakan tanpa seizin pemilik merek. Tindakan menggunakan sebuah merek, dan lain-lain, yang merupakan pelanggaran terhadap merek yang dimiliki oleh orang lain untuk digunakan sendiri atau memungkinkan orang lain untuk menggunakannya adalah merupakan pelanggaran terhadap merek, menggunakan piring atau mangkok “*western*” yang mereknya sudah didaftarkan oleh orang lain untuk memberikan jasa, makanan dan minuman untuk digunakan di restoran milik sendiri atau memungkinkan orang lain untuk menggunakannya adalah juga merupakan pelanggaran merek;
- d. Memproduksi atau mengimpor sebuah merek, kontainer A yang menunjukkan merek yang digunakan tanpa izin dari pemilik merek tersebut. Walaupun merek tersebut diproduksi atau diimpor berdasarkan pesanan dari orang lain yang tidak berhak untuk menggunakan merek yang sudah terdaftar tersebut, maka hal ini dianggap sebagai pelanggaran merek;
- e. Memproduksi, menjual atau mengimpor barang-barang untuk tujuan bisnis untuk digunakan sendiriguna memproduksi sebuah merek, kontainer, dan lain-lain. Merek yang digunakan tanpa seizinin dari pemilik merek. Suatu tindakan memproduksi, menggunakan atau mengimpor “*printing block*” untuk merek, alat untuk memproduksi

kontainer, dan lain-lain. Untuk tujuan bisnis tanpa instruksi atau izin pemilik merek atau orang yang memiliki hak atas merek tersebut adalah merupakan sebuah pelanggaran merek.

Undang-Undang Merek Indonesia yang berkaitan dengan perlindungan merek yang bersifat represif dibatasi hanya bagi perlindungan hukum bagi barang atau jasa yang sejenis saja. Padahal dalam kenyataannya beredar banyak barang yang menggunakan merek terkenal terdaftar secara tanpa hak, tetapi digunakan pada barang yang tidak sejenis.

Berkaitan dengan merek terkenal, sebenarnya dalam banyak kasus pengadilan telah memperluas perlindungan hukum merek tersebut, yaitu mencakup perlindungan hukum bagi merek terkenal baik untuk barang yang sejenis maupun bukan. Pengadilan mendasarkan pandangannya dengan prinsip iktikat baik. Ada niat yang tidak baik (iktikad buruk) untuk membonceng ketenaran merek orang lain. Putusan Pengadilan Negeri Jakarta Pusat No. 542/1980 G Tanggal 21 Agustus 1981 mengenai perkara Richard Dunhill dan John Wood melawan Lilien Sutan dan Pemerintah Indonesia tentang merek Dunhill. Keputusan Pengadilan Negeri Jakarta Pusat itu kemudian “dikuatkan” oleh Mahkamah Agung melalui Keputusannya Tanggal 19 Juli 1984 Reg. No. 370 K/Sip/1983.<sup>149</sup>

Dalam perlindungan merek represif, di samping adanya tuntutan ganti rugi melalui gugatan perdata maupun penjatuhan sanksi pidana, pemilik merek memiliki hak mengajukan pembatalan merek. Gugatan pembatalan

---

<sup>149</sup>Tommy Hendra Purwaka, *Loc.Cit.*, h. 13.

merek ini dilakukan apabila ternyata merek yang dimiliki seseorang (termasuk merek terkenal) telah didaftarkan pada Kantor Merek. Gugatan pembatalan tersebut menurut Pasal 68 ayat (1) UU Merek harus diajukan oleh pihak yang berkepentingan berdasarkan alasan seperti dimaksud Pasal 4 ayat, Pasal 5, atau Pasal 6. Gugatan Pembatalan tersebut tidak hanya dapat diajukan oleh pemilik terdaftar tetapi juga pemilik merek tidak terdaftar (termasuk merek terkenal) setelah mengajukan permohonan kepada Direktorat Jenderal (Kantor Merek). Sampai saat ini, terdapat 168 Merek dibatalkan berdasarkan putusan pengadilan yang telah mempunyai kekuatan hukum tetap.<sup>150</sup>



---

<sup>150</sup>OK. Saidin, *Loc. Cit.*, h. 362.

### **BAB III**

#### **HASIL PENELITIAN**

##### **A. Gambaran Umum Kementrian Hukum dan Hak Asasi Manusia Kantor Wilayah Lampung**

###### **1. Sejarah Singkat**

Seiring dengan era reformasi di segala bidang termasuk di bidang hukum dan HAM, menjadi fokus perhatian masyarakat, dan dijadikan tolak ukur bagi keberhasilan pembangunan sehingga perlu ditingkatkan secara konsisten dan berkesinambungan demi terwujudnya supremasi hukum, khususnya dalam rangka mewujudkan pemerintahan yang baik (*Good Government*).

Kantor Wilayah Departemen Hukum dan HAM Lampung berdiri pada tahun 1982 berdasarkan KEPMENKEH RI Nomor M-868. KP 04. 10 tanggal 07 April 1982. Pada saat itu Kantor Wilayah DepKeh Propinsi Bengkulu masih bergabung dengan Provinsi Lampung. Sedangkan landasan hukum Kantor Wilayah dalam melaksanakan tugas pada Peraturan Menteri Hukum dan HAM No. 30 Tahun 2018 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kantor Wilayah Departemen Hukum dan HAM RI.<sup>151</sup>

###### **Visi, Misi dan Tata Nilai**

Visi: "Masyarakat Memperoleh Kepastian Hukum"

Misi Kementrian Hukum dan Hak Asasi Manusia Lampung antara lain:

---

<sup>151</sup>Wawancara dengan Erwin Kepala Sub Bagian Penyusunan Pelaporan, Humas & Teknologi Informasi pada tanggal, 20 November 2018.

- a. Mewujudkan peraturan perundang-undangan yang berkualitas;
- b. Mewujudkan pelayanan hukum yang berkualitas;
- c. Mewujudkan penegakan hukum yang berkualitas;
- d. Mewujudkan penghormatan, pemenuhan, dan perlindungan Hak Asasi Manusia;
- e. Mewujudkan layanan manajemen administrasi Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia; dan
- f. Mewujudkan aparatur Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia yang profesional dan berintegritas.

### Tata Nilai

Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Lampung menjunjung tinggi tata nilai kami "**P-A-S-T-I**".<sup>152</sup>

- a. **Profesional** : Aparatur Kementerian Hukum dan HAM adalah aparat yang bekerja keras untuk mencapai tujuan organisasi melalui penguasaan bidang tugasnya, menjunjung tinggi etika dan integritas profesi;
- b. **Akuntabel** : Setiap kegiatan dalam rangka penyelenggaraan pemerintah dapat dipertanggungjawabkan kepada masyarakat sesuai dengan ketentuan atau peraturan yang berlaku;
- c. **Sinergi** : Komitmen yang digunakan untuk dapat membangun dan memastikan hubungan kerjasama yang bersifat produktif serta kemitraan yang dapat menciptakan keharmonisan dengan para pemangku

---

<sup>152</sup>Wawancara dengan Erwin Kepala Sub Bagian Penyusunan Pelaporan, Humas & Teknologi Informasi pada tanggal, 20 November 2018.

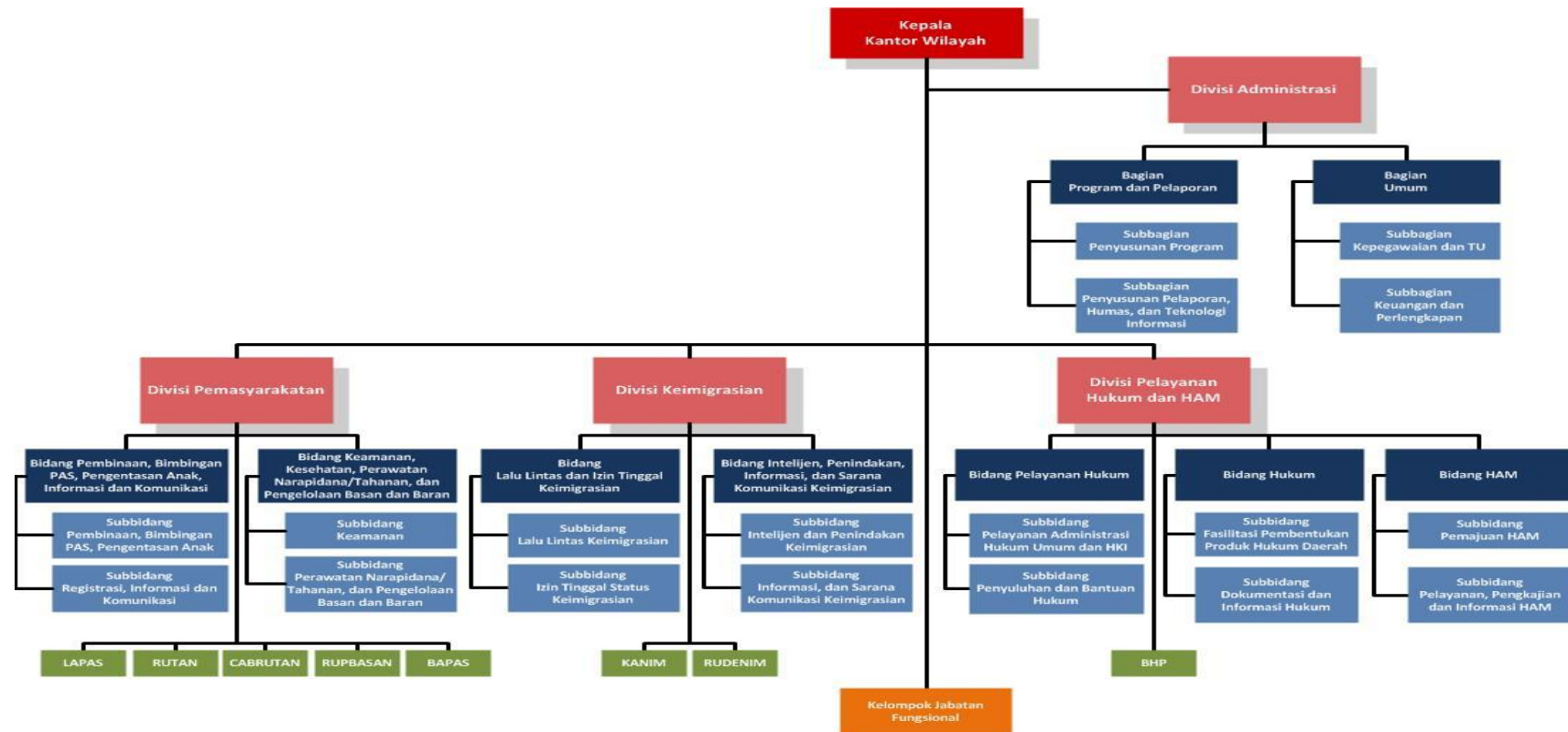


kepentingan dengan tujuan untuk menemukan dan melaksanakan solusi terbaik, berkualitas dan bermanfaat;

- d. **Transparan** : Kementerian Hukum dan HAM menjamin akses atau kebebasan bagi setiap orang untuk memperoleh informasi tentang penyelenggaraan pemerintahan, yakni informasi tentang kebijakan, proses pembuatan dan pelaksanaannya, serta hasil-hasil yang dicapai;
- e. **Inovatif** : Kementerian Hukum dan HAM mendukung kreatifitas dan mengembangkan inisiatif untuk selalu melakukan pembaharuan dalam penyelenggaraan tugas dan fungsinya.

## 2. Struktur Organisasi

### STRUKTUR ORGANISASI KANTOR WILAYAH KEMENTERIAN HUKUM DAN HAM



Sumber Data: <https://lampung.kemenkumham.go.id/profil/struktur-organisasi>

### **3. Tugas dan Fungsi Kementerian Hukum dan HAM Kantor Wilayah**

Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Kantor Wilayah mempunyai tugas dan fungsi dalam wilayah provinsi berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan dan kebijakan menteri.<sup>153</sup>

Dalam melaksanakan tugas Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Kantor Wilayah menyelenggarakan fungsi antara lain:

- a. Melakukan pengkoordinasian pengendalian program, perencanaan dan pelaporan;
- b. Melakukan penerapan terkait pelaksanaan pelayanan di bidang administrasi hukum umum, pemberian informasi hukum dan hak kekayaan intelektual;
- c. Melakukan pelaksanaan fasilitasi perancangan produk hukum daerah, pengembangan budaya hukum dan penyuluhan hukum, serta konsultasi dan bantuan hukum;
- d. Melakukan pengoordinasian di bidang keimigrasian dan bidang masyarakatan terhadap pelaksanaan operasional unit pelaksana teknis di lingkungan Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia;
- e. Penguatan dan pelayanan hak asasi manusia dalam rangka mewujudkan penghormatan, pemenuhan, pemajuan, perlindungan, dan penegakan hak asasi manusia; dan
- f. Pelaksanaan urusan administrasi di lingkungan Kantor Wilayah.

---

<sup>153</sup>Wawancara dengan Erwin Kepala Sub Bagian Penyusunan Pelaporan, Humas & Teknologi Informasi pada tanggal, 20 November 2018.

## **B. Bentuk Implementasi Perlindungan Hak Merek dan Indikasi Geografis di Provinsi Lampung**

Perlindungan hukum yang dilakukan oleh Kementrian Hukum dan Hak Asasi Manusia merupakan perlindungan akan harkat dan martabat serta pengakuan terhadap hak asasi manusia yang dimiliki oleh subjek hukum dalam negara hukum dengan berdasarkan pada ketentuan hukum yang berlaku di negara tersebut guna mencegah terjadinya kesewenang-wenangan, sehingga dapat dikatakan bahwa hukum berfungsi sebagai perlindungan atas kepentingan manusia. Perlindungan hukum adalah suatu upaya yang dilakukan oleh hukum dalam menanggulangi pelanggaran, dalam melakukan perlindungan hukum Kementrian Hukum dan Hak Asasi Manusia mempunyai dua jenis perlindungan, yaitu:<sup>154</sup>

1. Perlindungan hukum yang bersifat preventif, yaitu perlindungan hukum yang dibuat dengan tujuan untuk mencegah terjadinya sengketa.
2. Perlindungan hukum yang bersifat represif, yaitu perlindungan hukum yang dibuat untuk menyelesaikan suatu sengketa.

Perlindungan hukum yang bersifat represif dan preventif yang dilakukan oleh Kementrian Hukum dan Hak Asasi Manusia , yaitu:

- a. Preventif adalah perlindungan hukum yang memberikan kesempatan pada subyek hukum untuk mengaukan keberatan atau pendapatnya, sebelum ada keputusan yang definitive, preventif bertujuan mencegah terjadinya sengketa atau masalah. Dalam langkah preventif ini, baik

---

<sup>154</sup>Wawancara dengan Erwin Kepala Sub Bagian Penyusunan Pelaporan, Humas & Teknologi Informasi pada tanggal, 20 November 2018.

pemerintah maupun masyarakat agar bisa menginventarisasi produk potensi indikasi geografis di seluruh wilayah Indonesia, hal merupakan perlindungan hukum preventif untuk mencegah terjadinya pelanggaran terhadap indikasi geografis karena produk tersebut merupakan produk domestik yang memiliki nilai ekonomi dan reputasi yang tinggi, sehingga memerlukan jaminan kepastian hukum, kemudian mendaftarkan dan memberikan perlindungan serta memantau perkembangan pelaksanaan penggunaan produk geografisnya. Selain itu pemerintah daerah juga harus aktif dan peduli. Sehingga tidak perlu selalu menunggu orang yang mendaftarkan produk potensi indikasi geografisnya. Setelah didaftarkan selanjutnya adalah pengumuman pendaftaran, pengumuman pendaftaran indikasi geografis merupakan hal yang sangat penting karena hal ini adalah tindakan preventif, diumumkannya permohonan pendaftaran indikasi geografi adalah suatu bentuk pemberitahuan serta merupakan peringatan bagi pihak lain agar pihak lain tahu bahwa produk tersebut sudah didaftarkan indikasi geografisnya. Pihak lain harus menghormati indikasi geografis tersebut serta pemberitahuan kalau ada keberatan atau sanggahan mengenai produk yang telah didaftarkan indikasi geografisnya dari pihak lain.<sup>155</sup>

- b. Represif adalah perlindungan hukum yang dilakukan ketika masalah atau sengketa sudah terjadi, represif bertujuan untuk menyelesaikan

---

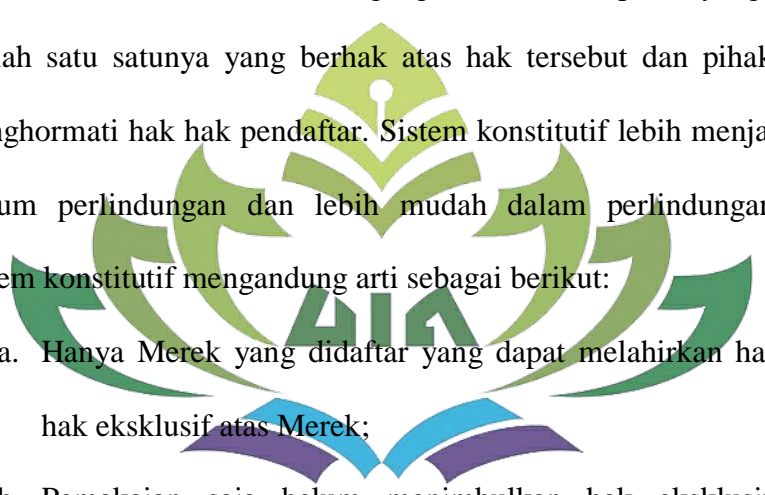
<sup>155</sup>Wawancara dengan Rugun Kepala Bidang Pelayanan AHU dan HKI pada tanggal, 15 November 2018.

masalah atau sengketa. Perlindungan hukum yang bersifat represif dilakukan jika terjadi pelanggaran hak atas Merek dan indikasi geografis melalui gugatan perdata dan atau tuntutan pidana, yaitu bahwa pemilik Merek terdaftar dan indikasi geografis mendapat perlindungan hukum atas pelanggaran hak atas Merek dan indikasi geografis baik dalam wujud gugatan ganti rugi atau penghentian semua perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan Merek dan indikasi geografis tersebut maupun berdasarkan tuntutan hukum pidana melalui aparat penegak hukum. Pemilik Merek dan indikasi geografis juga memiliki hak untuk mengajukan permohonan pembatalan pendaftaran Merek dan indikasi geografis terhadap Merek dan indikasi geografis yang di miliki yang didaftarkan orang lain secara tanpa hak. Instrument yang bersifat represif meliputi instrument hukum yang perdata dan pidana, penyelesaian instrument melalui hukum perdata dapat dilakukan melalui pengadilan (litigasi) dengan gugatan ganti rugi dan penghentian semua perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan Merek dan indikasi geografis, maupun diluar pengadilan (non litigasi) yang memungkinkan para pihak dapat menyelesaikan sengketa tersebut melalui arbitrase atau alternatif penyelesaian sengketa (ADR) dengan jalan negosiasi, konsiliasi dan mediasi.<sup>156</sup>

---

<sup>156</sup>Wawancara dengan Rugun Kepala Bidang Pelayanan AHU dan HKI pada tanggal, 15 November 2018.

Di Indonesia sekarang ini menganut sistem perlindungan indikasi geografis dengan menggunakan sistem konstitutif yaitu pendaftaran merupakan syarat utama perlindungan. Sistem konstitutif (*first to file*), bahwa yang berhak atas suatu indikasi geografis adalah pihak yang telah mendaftarkan indikasi geografisnya, atau juga dikenal asas *presumption of ownership*, dengan kata lain, orang yang berhak atas Merek adalah orang yang telah mendaftarkan indikasi geografisnya itu. Pendaftaran tersebut memunculkan hak atas indikasi geografis tersebut, pihak yang mendaftarkan adalah satu satunya yang berhak atas hak tersebut dan pihak ketiga harus menghormati hak hak pendaftar. Sistem konstitutif lebih menjamin kepastian hukum perlindungan dan lebih mudah dalam perlingungannya. Adanya Sistem konstitutif mengandung arti sebagai berikut:

- 
- a. Hanya Merek yang didaftar yang dapat melahirkan hak khusus atau hak eksklusif atas Merek;
  - b. Pemakaian saja belum menimbulkan hak eksklusif dan belum memperoleh perlindungan hukum;
  - c. Sistem konstitutif ditegakkan diatas *asas prior in tempore, melior in jure* (Siapa yang lebih dahulu mendaftarkan adalah yang berhak mendapat perlindungan hukum).

Dengan demikian, sistem konstitutif mengandung paksaan untuk mendaftarkan (*compulsory to registered*). Kegunaan sistem konstitutif yaitu:

- a. Kepastian hukum untuk menentukan siapa sebenarnya pemilik Merek dan indikasi geografis yang paling utama untuk dilindungi, cukup



dilihat siapa yang lebih dahulu memperoleh “*filling date*” atau terdaftar dalam daftar umum dan indikasi geografis.

- b. Kepastian hukum pembuktian karena didasarkan pada fakta pendaftaran.
- c. Pendaftaran satu-satunya alat bukti utama, dan alat bukti yang seperti itu bersifat otentik karena dibuat oleh pejabat untuk diyakini agar pembuktian terhindar dari pemalsuan dan kecurangan.

Mewujudkan dugaan hukum siapa pemilik Merek dan indikasi geografis yang paling berhak, tidak menimbulkan kontroversi antara pemakai pertama dengan pendaftar pertama, karena dugaan hukum hanya berdiri diatas fakta pendaftar pertama. Landasan menentukan siapa pemegang Merek dan indikasi geografis yang paling utama hanya didasarkan atas prinsip pendaftar pertama, dan pembuktian didasarkan pada dokumen yang bersifat otentik, maka untuk menarik dugaan hukum, jauh lebih sederhana dibanding dengan sistem deklaratif. Sistem tersebut memiliki dampak positif yaitu penyelesaian jauh lebih sederhana, cepat dan biaya ringan mengenai produk yang telah didaftarkan indikasi geografisnya. Sistem pendaftaran memberikan efek perlindungan indikasi geografis terhadap produk potensi indikasi geografis lebih terjamin kepastian hukumnya. Hal ini dikarenakan produk potensi indikasi geografis yang telah terdaftar dan telah disetujui menyatakan bahwa produk tersebut adalah identitas suatu wilayah, dan pihak lain harus menghormatinya. Dilihat dari segi positifnya sistem pendaftaran lebih mudah dalam perlindungannya karena telah terdaftar dengan sendirinya dan akan

lebih mudah dalam pengawasannya, selain itu juga sistem pendaftaran juga bias dilihat dari segi negatifnya yaitu tidak semua daerah mengerti tentang indikasi geografis dan tentu saja tidak semua tau prosedur pendaftarannya, sehingga sistem pendaftaran pada ketentuan ini indikasi geografis seakan akan membuang waktu, hal ini karena hanya menunggu pihak pendaftar mendaftarkan produk potensi indikasi geografisnya.<sup>157</sup>

Pekembangan kesadaran hukum terhadap perlindungan indikasi geografis saat ini belum terfokus, kurang serius dan belum disenergikan dengan program yang dikerjakan oleh pemerintah di daerah (pemerintahan provinsi dan pemerintah kabupaten/kota). Hampir tidak ada program yang dikerjakan untuk melindungi indikasi geografis. Secara normatif aturan indikasi geografis sudah cukup baik. Persoalannya adalah sampai saat ini belum banyak indikasi geografis yang terdaftar di Indonesia, apalagi di luar negeri.<sup>158</sup> Hal ini terjadi karena belum muncul kesadaran dari masyarakat dan pemerintah (Pemerintah Pusat dan Pemerintah Kabupaten/Kota) akan arti penting dari perlindungan indikasi geografis baik dilihat dari aspek ekonomi, budaya dan kebanggaan sebagai pemilik indikasi geografis. Selama ini kesadaran tersebut muncul karena adanya rasa diperlakukan tidak adil bagi negara berkembang karena indikasi geografisnya diakui dan dimanfaatkan secara ekonomi oleh pihak asing (negara maju) tanpa adanya *benefit sharing*. Di sisi lain masyarakat lokal Indonesia belum memahami perlindungan

---

<sup>157</sup>Wawancara dengan Erwin Kepala Sub Bagian Penyusunan Pelaporan, Humas & Teknologi Informasi pada tanggal, 20 November 2018.

<sup>158</sup>Wawancara dengan Rugun Kepala Bidang Pelayanan AHU dan HKI pada tanggal, 15 November 2018.

melalui sistem kekayaan intelektual (KI). Sistem nilai yang dianut oleh masyarakat tidak mendukung gagasan perlindungan hukum KI. Orientasi anggota masyarakat lokal yang tidak sepenuhnya pada kebahagiaan material atau komersial, tetapi lebih pada kebahagiaan spiritual.<sup>159</sup> Implementasi perlindungan hak merek dan indikasi geografis di provinsi Lampung dilakukan pada kasus RM. Gambreng yang terjadi pada tahun 2016.<sup>160</sup> Pada kasus pelanggaran merek RM. Gambreng, pemilik merek Gambreng melaporkan ke Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Kantor Wilayah Lampung. Pelanggaran RM. Gambreng dilakukan oleh rumah makan yang ada di Metro. Rumah makan yang ada di Metro memakai merek Gambreng pada identitas rumah makannya.<sup>161</sup>

Pelanggaran merek ini mengakibatkan rumah makan di daerah Metro tersebut mendapatkan sanksi tindakan hukum berdasarkan pelanggaran Pasal 1 UU No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis. Dijelaskan Pada Pasal 1e UU No. 20 Tahun 2016, Hak atas merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik Merek yang terdaftar untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri Merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya. Pada kasus pelanggaran Merek RM. Gambreng, rumah makan di daerah Metro tidak

---

<sup>159</sup>Agus Sardjono, *Membumikan HKI Di Indonesia*, (Bandung: CV Nuansa Aulia, 2009), h. 174.

<sup>160</sup>Wawancara dengan Rugun Kepala Bidang Pelayanan AHU dan HKI pada tanggal, 15 November 2018.

<sup>161</sup>Wawancara dengan Erwin Kepala Sub Bagian Penyusunan Pelaporan, Humas & Teknologi Informasi pada tanggal, 20 November 2018.

memiliki izin untuk menggunakan hak merek atas rumah makan Gambreng.<sup>162</sup>

Penyelesaian sengketa kasus RM. Gambreng yang dilaporkan ke Kementrian Hukum dan Hak Asasi Manusia dengan Arbitrase. Arbitrase merupakan alternatif penyelesaian sengketa berdasarkan Pasal 93 Undang-Undang No. 20 Tahun 2016, selain penyelesaian gugatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 83 para pihak dapat menyelesaikan sengketa melalui arbitrase atau alternatif penyelesaian sengketa. Penyelesaian melalui arbitrase merupakan penyelesaian yang dilakukan oleh kedua belah pihak diluar kewenangan Kementrian Hukum dan Hak Asasi Manusia Kantor Wilayah Lampung, Kedua belah pihak memilih sendiri arbiter yang mereka percaya untuk menyelesaikan sengketa pelanggaran merek tersebut.

Implementasi Bentuk perlindungan hak indikasi geografis di provinsi Lampung dilakukan dengan pembinaan dan pengawasan indikasi geografis. Pengawasan dan pembinaan indikasi geografis ini dilaksanakan berdasarkan Pasal 70 dan Pasal 71. Implementasi Bentuk pembinaan dalam pasal 70 yang dilakukan Kementrian Hukum dan Hak Asasi Manusia Kantor Wilayah Lampung adalah dengan mengadakan pembinaan langsung terhadap indikasi geografis terdaftar setiap bulannya sama halnya dengan implementasi pengawasan yang dilakukan Kementrian Hukum dan Hak Asasi Manusia Kantor Wilayah Lampung adalah mengawasi setiap bulannya Indikasi Geografis terdaftar agar tidak digunakan oleh orang lain berdasarkan pasal 71.

---

<sup>162</sup>Wawancara dengan Rugun Kepala Bidang Pelayanan AHU dan HKI pada tanggal, 15 November 2018.

Pembinaan dan pengawasan terhadap Indikasi Geografis tersebut dikaukan setiap tanggal 5 setiap bulannya.

Menjaga indikasi geografis di seluruh wilayah Indonesia merupakan perlindungan hukum preventif untuk mencegah terjadinya pelanggaran terhadap indikasi geografis karena produk tersebut merupakan produk domestik yang memiliki nilai ekonomi dan reputasi yang tinggi, sehinggamerlukan jaminan kepastian hukum, di Indonesia tingkat pendaftaran produk potensi indikasi geografis masih rendah.<sup>163</sup>



---

<sup>163</sup>Wawancara dengan Rugun Kepala Bidang Pelayanan AHU dan HKI pada tanggal, 15 November 2018.

# **Indikasi Geografis Terdaftar di provinsi Lampung**



## **Kopi Robusta Lampung**

LAMPUNG

2014-05-13 20:48:58

ID G 000000026



## **Lada Hitam Lampung**

LAMPUNG

6 September 2018

IG.00.2014.000013

KANTOR WILAYAH KEMENTRIAN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA  
LAMPUNG DATA PENDAFTARAN MEREK, PATEN, DAN HAK CIPTA

NO	JENIS PERMOHONAN	TAHUN 2017	TAHUN 2018
1	CIPTA	19	8
2	MEREK	47	67
3	PATEN	1	2
4	DESAIN INDUSTRI	0	0
5	DESAIN TATA LETAK SIRKUT TERPADU	0	0
6	RAHASIA DAGANG	0	0



## **BAB IV**

### **ANALISIS DATA**

#### **A. Analisis Terhadap Implementasi Perlindungan Hak Merek dan Indikasi Geografis di Provinsi Lampung**

Analisis implementasi perlindungan hak merek dan indikasi geografis di provinsi Lampung dilakukan oleh Kementrian Hukum dan Hak Asasi Manusia Kantor Wilayah Lampung. Landasan hukum perlindungan hak merek dan indikasi geografis Kantor Wilayah dalam melaksanakan tugas pada Peraturan Menteri Hukum dan HAM No. 30 Tahun 2018 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kantor Wilayah Departemen Hukum dan HAM RI. Analisis implementasi perlindungan hak merek dan indikasi geografis di Provinsi Lampung dilakukan pada kasus rumah makan Gambreng di Provinsi

Lampung. Pada kasus pelanggaran merek rumah makan Gambreng yang terjadi pada Tahun 2016 melanggar UU No. 20 Tahun 2016. Pelanggaran ini dilakukan oleh rumah makan di daerah Metro yang memakai merek Gambreng untuk identitas usahanya. Penggunaan merek Gambreng tersebut melanggar Pasal 1e Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 yang menyatakan bahwa Hak atas merek merupakan Hak Eksklusif yang diberikan negara kepada pemilik merek yang terdaftar untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakannya sendiri merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya. Penggunaan merek rumah makan Gambreng yang dilakukan oleh rumah makan di daerah Metro tidak menggunakan perjanjian lisensi sehingga merugikan rumah makan Gambreng sebagai pemilik atau pemegang merek yang telah terdaftar. Rumah makan Gambreng akan mengalami penurunan dalam perdagangan, omzet penjualannya menjadi menurun serta merugikan “brand image” merek Gambreng yang telah dirintis oleh pemilik atau pemegang merek.

Dalam pelanggaran merek rumah makan Gambreng yang dilakukan oleh rumah makan di daerah Metro, rumah makan Gambreng melakukan pelaporan ke Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Kantor Wilayah Lampung pada tanggal 12 Mei Tahun 2016. Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Kemudian melakukan pengecekan ke rumah makan yang ada di daerah Metro untuk memastikan pelanggaran merek yang terjadi. Dalam pengecekan pelanggaran merek dinyatakan bahwa rumah makan yang ada di daerah Metro melakukan pelanggaran Merek karena memakai merek

Gambreng sebagai identitas usahanya tanpa adanya perjanjian lisensi terlebih dahulu. Penyelesaian pelanggaran merek Gambreng dilakukan penyelesaian pelanggaran merek dengan arbitrase.<sup>164</sup> Pelanggaran merek terhadap Pasal 1e UU No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis dilakukan diluar kewenangan Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia. Pelanggaran merek dengan penyelesaian melalui arbitrase sesuai dengan hukum positif. Hukum Positif dalam UU No. 20 Tahun 2016 dalam Pasal 93 memberikan alternatif penyelesaian sengketa dengan arbitrase.

Penyelesaian sengketa yang dilakukan oleh Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia dalam melakukan tugas sesuai dengan Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia No. 30 Tahun 2018 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kantor Wilayah Departemen Hukum dan HAM RI. Dalam menyelesaikan sengketa merek Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia menjunjung tinggi tata nilai P-A-S-T-I yang merupakan sifat Profesional, Akuntabel, Sinergi, Transparan, Inovatif sesuai dengan visi dan misi Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Kantor Wilayah Lampung yaitu Masyarakat Memperoleh Kepastian Hukum.

Perlindungan indikasi geografis yang dilakukan oleh Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Kantor Wilayah lampung dilakukan terhadap indikasi geografis terdaftar, yaitu Kopi Robusta dan Lada Hitam Lampung. Perlindungan indikasi geografis terhadap indikasi geografis terdaftar dilakukan setiap bulan, yaitu tanggal 5 Kementerian Hukum dan Hak Asasi

---

<sup>164</sup> Wawancara dengan Erwin Kepala Sub Bagian Penyusunan Pelaporan, Humas & Teknologi Informasi pada tanggal, 20 November 2018.

Manusia akan melakukan pengawasan dan pembinaan terhadap indikasi geografis terdaftar.

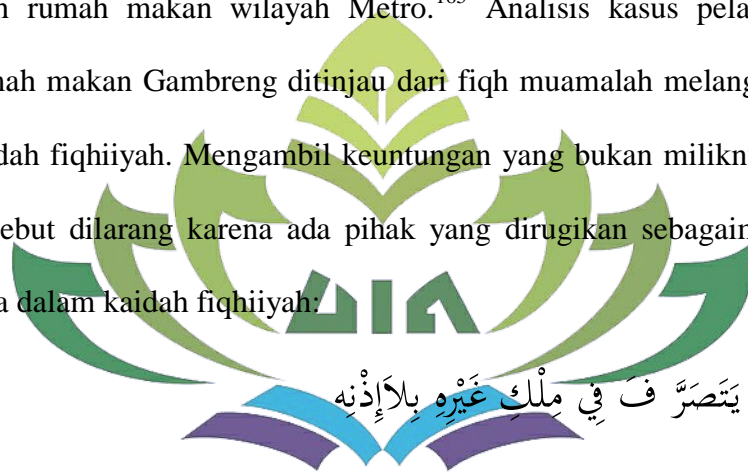
Perlindungan indikasi geografis yang dilakukan oleh Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia bertujuan agar tidak terdapat pelanggaran indikasi geografis terdaftar. Perlindungan terhadap indikasi geografis juga bertujuan agar masyarakat yang memiliki potensi indikasi geografisnya dapat mendaftarkannya. Indikasi geografis sangat penting karena memberikan jaminan perlindungan dan kepastian hukum terhadap produk-produk indikasi geografis yang mempunyai nilai ekonomi tinggi seperti Kopi Robusta dan Lada Hitam Lampung. Sejak perubahan Undang-undang Merek dan Indikasi Geografis yang terbaru yaitu UU No. 20 Tahun 2016 di Provinsi Lampung hanya ada 2 indikasi geografis terdaftar. Penyebab indikasi geografis yang belum terdaftar di Provinsi Lampung adalah karena masyarakat yang memiliki potensi indikasi geografis belum mempunyai kesadaran hukum untuk mendaftarkannya. Pemerintah dalam hal ini Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia sudah banyak melakukan sosialisasi agar masyarakat yang memiliki potensi indikasi geografis di Provinsi Lampung mendaftarkan indikasi geografisnya.

Perlindungan terhadap indikasi geografis yang dilakukan oleh Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia dalam hal pembinaan dan pengawasan sesuai dengan hukum positif. Hukum positif dalam UU No. 20 Tahun 2016 dalam Pasal 70 dan Pasal 71. Pasal 70 merupakan bentuk

pengawasan sedangkan Pasal 71 mengenai pembinaan yang dilakukan oleh Kementrian Hukum dan Hak Asasi Manusia Kantor Wilayah Lampung.

## **B. Analisis Fiqh Muamalah Terhadap Implementasi Perlindungan Hak Merek dan Indikasi Geografis di Provinsi Lampung**

Analisis Fiqh Muamalah terhadap Implementasi perlindungan hak merek dan indikasi geografis di Provinsi Lampung dilakukan pada kasus rumah makan Gambreng di Provinsi Lampung. Pada kasus pelanggaran merek rumah makan Gambreng yang terjadi pada tahun 2016 yang dilakukan oleh rumah makan wilayah Metro.<sup>165</sup> Analisis kasus pelanggaran merek rumah makan Gambreng ditinjau dari fiqh muamalah melanggar ketentuan kaidah fiqhiiyah. Mengambil keuntungan yang bukan miliknya dalam usaha tersebut dilarang karena ada pihak yang dirugikan sebagaimana dijelaskan juga dalam kaidah fiqhiiyah:



Artinya: “Tiada seorang pun dapat melakukan tindakan hukum atas milik orang lain tanpa izin si pemilik harta.”<sup>166</sup>

Pelanggaran hak merek rumah makan Gambreng dilakukan oleh rumah makan yang ada di Metro menurut fiqh muamalah tergolong perbuatan yang tercela, pemilik merek tidak mendapatkan hak atas merek tersebut. Tidak ada rukun akad perjanjian terlebih dahulu yang menyebabkan pemilik merek mengalami kerugian nama baik yang telah dirintis bahkan

<sup>165</sup> Wawancara dengan Rugun Kepala Bidang Pelayanan AHU dan HKI pada tanggal, 15 November 2018.

<sup>166</sup> Djazuli, *Kaidah-Kaidah Fiqih: Kaidah-Kaidah Hukum Islam dalam Menyelesaikan Masalah-Masalah yang Praktis*, (Jakarta: Kencana, 2006), h. 131.

sampai penurunan omzet. Rukun dalam akad menunjukkan ada dan tidaknya suatu perbuatan. Di sisi lain, syarat merupakan bagian dari rukun tetapi bukan esensi dalam perbuatan.<sup>167</sup> Dalam hal ini rumah makan yang ada di Metro harus memenuhi syarat perjanjian ketika menggunakan merek Gambreng.

Pelanggaran merek menggunakan penyelesaian arbitrase berdasarkan hukum positif sesuai dengan hukum Islam. Fiqh muamalah mengajarkan sesuatu dilakukan dengan musyawarah terlebih dahulu. Fiqh muamalah mengajarkan prinsip penyelesaian kasus dengan sistem kekeluargaan. Sistem kekeluargaan dalam penyelesaian sengketa kasus hak merek dianggap langkah yang paling baik.

Allah mengajarkan manusia dalam penyelesaian masalah yaitu dengan cara bermuamalah. Hal ini dikarenakan Prinsip dasar muamalah adalah untuk mewujudkan kemaslahatan umat manusia, dalam memenuhi kebutuhan hidup manusia harus sesuai dengan ketentuan hukum Islam yang disebut fiqh muamalah, yang semuanya merupakan hasil penggalian dari Al-Quran dan Hadis, di mana pada kasus pelanggaran merek penyelesaian dengan arbitrase akan memunculkan kerjasama di antara pihak-pihak yang bersengketa.

Salah satu bentuk muamalah yang biasa dilakukan masyarakat adalah jual beli. Jual beli dalam istilah fiqh disebutkan *al- bai'* yang berarti menjual, mengganti, dan menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain. Lafal *al-ba*

---

<sup>167</sup>Deni K. Yusup, *Peran Notaris dalam Praktik Perjanjian Bisnis di Perbankan Syariah Tinjauan Dari Perspektif Hukum Ekonomi Syariah* (Al-Adalah Vol. XII, No. 4, Desember 2015), h. 706 (On-line). Tersedia di <http://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/adalah/article/view/208> (diakses pada tanggal 12 April 2019, pukul 15.30 WIB), dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah.

dalam bahasa Arab terkadang digunakan untuk pengertian lawannya yakni kata *asy-syira* (beli). Ulama Hanaffiyah mendefenisikannya dengan saling tukar menukar harta melalui cara tertentu, atau tukar menukar sesuatu yang diinginkan dengan yang sepadan melalui orang tertentu yang bermanfaat. Dari definisi di atas dapat dipahami bahwa inti jual beli adalah suatu perjanjian atau ketentuan yang telah dibenarkan syara' dan di sepakati. Sesuai dengan ketentuan hukum, maksudnya ialah memenuhi persyaratan-persyaratan, rukun-rukun, dan hal-hal lain yang ada kaitannya dengan jual beli sehingga bila syarat-syarat dan rukunnya tidak terpenuhi berarti tidak sesuai dengan kehendak syara. Berdasarkan konsep di atas jual beli berhubungan dengan merek.<sup>168</sup> Dalam jual beli yang menggunakan merek orang lain itu dilarang sebagaimana kaidah fiqiyah dan Surah Al-Asy-Syuara ayat 183.

وَلَا تَبْخُسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ

Artinya : Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan;

Berdasarkan Surah Al-Asy-Syuara ayat 183 yang terkait dengan prinsip dasar muamalah yang harus sesuai dengan ketentuan hukum Islam, penggunaan merek yang dilakukan rumah makan daerah Metro merugikan RM. Gambreng dimana RM. Gambreng memiliki hak eksklusif atas merek terdaftar. Apabila rumah makan di daerah Metro menggunakan merek RM. Gambreng tanpa izin akan menyebabkan hilangnya hak-hak terhadap merek terdaftar yang telah diperoleh RM. Gambreng.

---

<sup>168</sup> Wawancara dengan Erwin Kepala Sub Bagian Penyusunan Pelaporan, Humas & Teknologi Informasi pada tanggal, 20 November 2018.



Ayat ini menunjukkan bahwa Allah SWT melarang perilaku mengambil yang bukan haknya, penggunaan hak merek yang dilakukan rumah makan di daerah Metro terhadap rumah makan Gambreng.



#### **A. Kesimpulan**

Setelah mengkaji dan memaparkan pembahasan skripsi ini maka dari hasil penelitian tersebut dapat diambil kesimpulan yaitu:

1. Perlindungan Hak Merek dan Indikasi Geografis di Provinsi Lampung sesuai dengan UU No. 20 Tahun 2016, sehingga dapat dikatakan bahwa hukum berfungsi sebagai perlindungan atas kepentingan manusia. Perlindungan hukum terhadap Hak Merek dan Indikasi Geografis adalah suatu upaya yang dilakukan oleh hukum dalam menanggulangi pelanggaran yang terjadi.
2. Bentuk Analisis Fiqh Muamalah terhadap Implementasi Perlindungan Hak

Merek dan Indikasi Geografis Provinsi Lampung sesuai dengan hukum positif dan hukum Islam. Analisis kasus pelanggaran merek rumah makan Gambreng ditinjau dari fiqh muamalah melanggar ketentuan kaidah fiqhiiyah, mengambil keuntungan yang bukan miliknya dalam usaha dilarang sebagaimana QS. Al-Baqarah: 275. Pelanggaran hak merek rumah makan Gambreng dilakukan oleh rumah makan yang ada di Metro menurut fiqh muamalah tergolong perbuatan yang tercela, pemilik merek tidak mendapatkan hak atas merek tersebut dan melanggar UU No. 20 Tahun 2016. Pada kasus pelanggaran merek rumah makan Gambreng dilakukan penyelesaian pelanggaran merek dengan arbitrase.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, ada beberapa saran yang dapat membangun bagi kedua belah pihak, sehingga kerjasama dalam bentuk penggunaan hak merek dengan pihak lain menjadi bentuk kerjasama yang saling menguntungkan, dan tidak keluar dari syari'at hukum Islam.

1. Bagi pengguna merek hendaknya tidak menggunakan merek orang lain, menjauhi tindakan pembohongan dalam menggunakan merek hasil sendiri agar senantiasa mendapatkan kebaikan, baik secara dunia maupun akhirat serta hendaknya melakukan pengecekan kebenaran merek yang digunakan di Kementrian Hukum dan Hak Asasi Manusia;
2. Bagi pemilik merek dan indikasi geografis hendaknya senantiasa mengecek merek dan indikasi geografis agar terhindar dari kasus pelanggaran merek tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Aiyub. *Transaksi Ekonomi Perspektif Hukum Perdata dan Hukum Islam*. Jakarta: Kiswah, 2004.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2008.
- Azwar, Saifuddin. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1999.
- Casavera. *15 Kasus Sengketa Merek Di Indonesia*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009.
- Cheverton, Peter. *Kunci Sukses Manajemen Merek*. Jakarta: PT. Gramedia, 2002.
- Dapartemen Pendidikan Nasional. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama Cet. Kesembilan Edisi IV, 2015.
- Djazuli. *Kaidah-Kaidah Fiqih: Kaidah-Kaidah Hukum Islam dalam Menyelesaikan Masalah-Masalah yang Praktis*. Jakarta: Kencana, 2006.
- Djumhana, Muhammad dan R. Djubaedillah. *Hak Milik Intelektual*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 1993.
- Djuwaini, Dimyaudin. *Pengantar Fiqh Mu'amalah*. Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2010.
- Firmansyah, Hery. *Perlindungan Hukum Terhadap Merek*. Yogyakarta: Pustaka Yustisia, 2011.
- Gautama, Sudargo. *Hukum Merek Indonesia*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 1984.
- Ghazali, Abdul Rahman. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Kencana, 2010.
- Gunawati, Anne. *Perlindungan Merek Terkenal Barang dan Jasa Tidak Sejenis Terhadap Persaingan Usaha Tidak Sehat*. Bandung: PT Alumni, 2015.
- Hadi, Sutrisno. *Metode Research*. Yogyakarta: Yayasan Penerbit Fakultas Psikologi UGM, 1981.
- Hadjon, Philipus M. *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia*. Surabaya: Bina Ilmu, 1987.

Hamid, Abdul dan Saebeni, Beni Ahmad. *Fiqh Ibadah*. Bandung: Pustaka Setia, 2009.

Hamzah, Andi. *Kejahatan di Bidang Ekonomi Economic Crimes*. Sinar Grafika: Jakarta, 2017.

Harahap, Muhammad Yahya. *Tinjauan Merek Secara Umum dan Hukum Merek Di Indonesia Berdasarkan Undang undang No 19 tahun 1992*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 1996.

Imam Abu Khusaini Muslim bin Hajjajz. *Soheh Bukhari*, Jilid II. Bairut Libanon: DarulFikr, 1994.

Isnaini, Yusran. *Buku Pintar Haki*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2003.

Janed, Rahmi. *Implikasi Persetujuan TRIPs Bagi Perlindungan Merek di Indonesia*. Surabaya: Yuridika, 2000.

Janed, Rahmi. *Hukum Merek Trademark Law Dalam Era Global & Integrasi Ekonomi*. Jakarta: Prenada Media Grup, 2015.

-----, *Hak Kekayaan Intelektual Penyalahgunaan Hak Eksklusif*. Surabaya: Airlangga University Press, 2007.

-----, *Metode Penelitian Kualitatif Bidang Filsafat*. Yogyakarta: Paradigma, 2005.

Kartono, Kartini. *Pengantar Metodologi Riset Sosial , Cet. IV*. Bandung: Maju Mudur, 1990.

Khairandy, Ridwan. *Pokok-Pokok Hukum Dagang Indonesia*. Yogyakarta: FH UII Press, 2014.

Khallaf, Syeh Abdul Wahab. *Ilmu Ushul Fikih*. Jakarta: Rineka Cipta, 2012.

Lisdiana, "Tinjauan Hukum Islam Tentang Promosi dengan Menggunakan Hadiah". (Skripsi Program Strata 1 Hukum Ekonomi Syari'ah (Muamalah) UIN Raden Intan Lampung, Bandar Lampung, 2015).

Mahadi. *Hak Milik Immtaeril*. Jakarta: Bina Cipta, 1985.

Masduki, Nana. *Fiqh Muamalah (diktat)*. Bandung: IAIN Sunan Gunung Djati, 1987.

- Miranda Risang Ayu Palar, ed. *Kekayaan Intelektual Pengantar Indikasi Geografis*. Bandung: PT Alumni, 2018.
- Munandar, Haris dan Sitanggang, Sally. *Mengenal Hak Kekayaan Intelektual, Hak Cipta, Paten, Merek dan Seluk-beluknya*. Jakarta: Erlangga, 2008.
- Murthahari, Murtahada dan Al-Sahdr, Muhammad Baqir. *Pengantar Ushul Fiqh dan Ushul Fiqh Perbandingan*. Bandung: Pustaka Hidayah, 1993.
- Muthiah, Aulia. *Aspek Hukum Dagang dan Pelaksanannya di Indonesia*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2016.
- Nuraeni, Ani. “*Perlindungan Hukum Terhadap Pemegang Sertifikat Indikasi Geografis Salak Pondok Sleman*”. (Skripsi Program Strata 1 Ilmu Hukum Universitas Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2016).
- Nur, Surnadi. *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: Bumi Aksara, 2011.
- Purwaka, Tommy Hendra. *Perlindungan Merek*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2018.
- Rusfi, Mohammad. *Filsafat Harta: Prinsip Hukum Islam Terhadap Kepemilikan Harta*. Al-Adalah Vol. XIII, No. 2, Desember 2016.  
(On-line) Tersedia di  
<http://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/adalah/article/view/1864>  
(diakses pada 24 April 2019, pukul 13.30 WIB), dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah.
- Saebeni, BeniAhmad. *Ilmu Ushul Fiqh*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2012.
- Saidin, OK. *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2013.
- Sanusi, Ahmad dan Sohari. *Ushul Fiqh*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015.
- Sardjono, Agus. *Membumikan HKI Di Indonesia*. Bandung: CV Nuansa Aulia, 2009.
- Septianto, Herdin Rahmat, “*Analisis Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Hak Merek Home Industries Alat Musik Gitar Menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2012 Tentang Hak Merek dan Indikasi Geografis*”. (Skripsi Program Strata 1 Ilmu Hukum Universitas Muhammadiyah Surakarta, Surakarta, 2017).

Sommeng, Andy Noorsaman dan Damarsasongko, Agung .*Indikasi Geografis Sebuah Pengantar*. Jakarta: Direktorat Jendral Hak Kekayaan Intlektual, 2008.

Suhendi, Hendi. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2015.

Suryomurcito, Gunawan, “*Perlindungan Merek*”, Makalah Pada Pelatihan HKI V, Kerja Sama Fakultas Hukum Universitas Airlangga dengan Perhimpunan Masyarakat HKI Indonesia (IIPS), Surabaya 7-26 Agustus 2000.

Supramono, Gatot. *Menyelesaikan Sengketa Merek Menurut Hukum Indonesia*. Jakarta: PT Rieka Cipta, 2008.

Sutjipto, H.M.N.Purwo. *Pengertian Pokok-pokok Hukum Dagang Indonesia*. Jakarta: Djambatan, 1984.

Suryatin. *Hukum Dagang I dan II*. Jakarta: Pradnya Paramita, 1980.

Suryodinigrat, R.M. *Aneka Milik Perindustrian*. Bandung: Tarsito, 1981.

Susiadi. *Metode Penelitian*. Bandar Lampung: Fakultas Syariah UIN Raden Intan Lampung, 2014.

Syafe'i, Rahmat. *Fiqh Muamalah*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2001.

Tim Lidsey, ed. *Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar*. Bandung: PT Alumni, 2006.

Ubaid, Azat dan ad-da'asi. *al-Qawaid al-Fiqhiyyah ma'a syarhi al-Mujaz*. Damaskus: dar at-Tarmizi, 1989.

Yusup, Deni K. *Peran Notaris dalam Praktik Perjanjian Bisnis di Perbankan Syariah Tinjauan Dari Perspektif Hukum Ekonomi Syariah*. Al-Adalah Vol. XII, No. 4, Desember 2015).

(On-line). Tersedia di

<http://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/adalah/article/view/208>

(diakses pada tanggal 12 April 2019, pukul 15.30 WIB), dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah.